

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

L'EFFET DE LA TAXE CARBONE SUR LA
COMMUNICATION ENVIRONNEMENTALE DANS LES RAPPORTS ANNUELS :
CAS DE LA COLOMBIE-BRITANNIQUE ENTRE 2006 ET 2011.

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMPTABILITÉ, CONTRÔLE, AUDIT

PAR
FRÉDÉRIC ROGENMOSER

JANVIER 2014

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Ces personnes méritent mes remerciements les plus sincères :

En premier, mon directeur de mémoire, Daniel Clapin-Pépin, pour l'encadrement exceptionnel qui m'a permis d'éviter de faire des erreurs et de livrer un mémoire de qualité. Il est le meilleur des mentors que l'on puisse espérer. De plus, ses deux cours auxquels j'ai assisté m'ont permis de rédiger une revue de littérature exceptionnelle et spécialement en relation avec les concepts environnementaux. Grâce à lui, la comptabilité environnementale fait partie de ma vie.

En deuxième, Marc Hasbani dont les enseignements en communication organisationnelle influencèrent mon domaine de spécialisation. Il m'a fait aimer la communication organisationnelle. Dire que j'avais presque annulé son cours et je ne regrette aucunement d'y avoir assisté. Il faut spécifier que son mémoire (Hasbani, 2008) fut un excellent cadre pour l'écriture de ce texte. L'aspect environnemental a pour source l'enseignement de mon directeur de mémoire, mais mes écrits sur les théories utilisées viennent en bonne partie de son texte et de ses enseignements.

En troisième, Denis Cormier pour m'avoir aidé à développer le modèle statistique de ce mémoire. De plus, ses travaux de recherche furent primordiaux pour comprendre la communication environnementale.

En quatrième, Martine Lauzon et Hélène St-Amand pour avoir lu mon mémoire et pour m'avoir critiqué farouchement. Ce texte fut ainsi bonifié par la lecture de deux personnes que j'apprécie.

En cinquième, tous les professeurs qui m'ont enseigné à la maîtrise soit Lyne Latulippe, Manon Deslandes, Hassan El-Ibrami, Chantale Viger, Saidatou Hamidou Dicko et Nadia Smaili.

Ils m'ont tous fait aimer la recherche. Je ne voulais pas au début devenir un chercheur, mais ils ont su tous me communiquer une passion dont je n'avais aucune idée de son existence.

En dernier, ma famille, mes amis et toutes les personnes qui m'ont inspiré et encouragé. Ces personnes sont importantes et leurs encouragements et leurs soutiens doivent être soulignés. Une personne a besoin d'un village pour se développer et merci de faire partie de mon village.

Sans vous tous, je ne serais pas parvenu à rédiger ce mémoire, qui est une de mes plus grandes œuvres à ce jour.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES.....	viii
LISTE DES TABLEAUX.....	ix
RÉSUMÉ.....	x
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
LA PROBLÉMATIQUE ET LA REVUE DE LA LITTÉRATURE.....	3
1.1 La théorie de la légitimité.....	3
1.1.1 La théorie de la légitimité vue par la sociologie.....	4
1.1.2 Le contrat social.....	7
1.1.3 Le changement des attentes sociales.....	10
1.1.4 La théorie des parties prenantes et la théorie institutionnelle.....	11
1.2 La responsabilité sociale des entreprises.....	13
1.2.1 La responsabilité environnementale et le développement durable.....	18
1.2.1.1 L'émergence de la conscience environnementale et du développement durable.....	19
1.2.1.2 La définition du développement durable entre les différents sommets et commissions.....	22
1.2.1.3 La responsabilité environnementale.....	28
1.3 La comptabilité environnementale.....	32
1.3.1 Le rapport annuel et les outils de communication environnementale.....	33
1.3.2 Le langage utilisé dans la diffusion environnementale dans le rapport annuel.....	34
1.3.3 La recherche sur la communication sociale et environnementale.....	35
1.4 La taxe carbone.....	39
1.4.1 Les débats sur la taxe carbone dans le milieu de la recherche.....	40
1.4.2 Le portrait sociopolitique de la taxe carbone.....	45
1.4.3 Les dispositions de la taxe carbone en Colombie-Britannique.....	47
1.4.3.1 Les résultats économiques et politiques de la taxe carbone en Colombie-Britannique.....	48

1.4.3.2	Les effets sociopolitiques de la taxe carbone en Colombie-Britannique.....	49
1.5	Conclusion.....	50
CHAPITRE II		
	LE CADRE MÉTHODOLOGIQUE.....	52
2.1	Les hypothèses.....	52
2.2	L'échantillon.....	53
2.3	Le modèle et ses variables.....	55
	2.3.3 La variable dépendante.....	56
	2.3.3 Les variables indépendantes.....	56
	2.3.3 Les variables de contrôle.....	57
	2.3.3 Les prédictions.....	60
2.4	Présentation des résultats.....	61
CHAPITRE III		
	LES RÉSULTATS ET INTERPRÉTATIONS.....	62
3.1	La statistique descriptive.....	62
3.2	La régression linéaire.....	64
3.3	L'analyse comparative.....	67
CHAPITRE IV		
	CONCLUSION.....	69
4.1	Les apports.....	69
4.2.	Les limites.....	71
4.3	Les recherches futures possibles.....	71
APPENDICE A		
	LES 26 THÈMES ABORDÉS PAR LE SOMMET RIO+20 SELON OBJECTIF TERRE..	72
APPENDICE B		
	ESTIMATED EMISSIONS REDUCTIONS IN JURISDICTIONS WITH CARBON TAXES.....	74
APPENDICE C		
	LE MONTANT FIXÉ PAR TONNE DE CO ₂ DE LA TAXE CARBONE EN COLOMBIE-BRITANNIQUE SELON L'ANNÉE.....	76
APPENDICE D		
	LE MONTANT DE LA TAXE CARBONE PAR TYPE DE CARBURANT.....	78

APPENDICE E	
EXTRAIT DU <i>BRITISH COLUMBIA CARBON TAX UPDATE – CARBON TAX ACT</i>	
EXPLIQUANT LES EXEMPTIONS DE LA TAXE CARBONE.....	80
APPENDICE F	
LISTE D'ENTREPRISES DONT L'ÉCHANTILLON FUT TIRÉ AU HASARD.....	83
APPENDICE G	
LISTE D'ENTREPRISES ET RÉSULTAT DU TIRAGE AU SORT.....	88
APPENDICE H	
LISTE DES ENTREPRISES DE NOTRE ÉCHANTILLON.....	95
APPENDICE I	
DOCUMENT D'ATTESTATION DE LA CONFORMITÉ DE LA PIGE AU HASARD DU	
DIRECTEUR DE MÉMOIRE.....	97
APPENDICE J	
GRILLE D'ÉVALUATION DE L'INTENSITÉ DE LA COMMUNICATION	
ENVIRONNEMENTALE.....	99
APPENDICE K	
LA MÉTHODE DE CALCUL DE LA QUANTITÉ DE POLLUANT REJETÉ.....	102
APPENDICE L	
LE SCORE DE L'INTENSITÉ DE LA COMMUNICATION ENVIRONNMENTALE	
DES TRENTÉ ENTREPRISES DE L'ÉCHANTILLON ENTRE 2006 ET 2011.....	106
APPENDICE M	
LES DONNÉES DE LA RÉGRESSION LINÉAIRE.....	108
APPENDICE N	
LES DEUX TABLEAUX DE L'ANALYSE COMPARATIVE ENTRE LES ÉLÉMENTS	
DE DISCOURS ENVIRONNEMENTAL.....	125
RÉFÉRENCES.....	141

LISTE DES FIGURES

Figure	Page
1.1 Les trois sphères du développement durable.....	29
3.1 Historiographie du score d'intensité de la communication environnementale entre 2006 et 2011.....	63

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
1.1 L'évolution de l'appui en Colombie-Britannique pour la taxe carbone entre février 2008 et novembre 2012.....	50
2.1 Prédiction du modèle.....	60
3.1 Statistique descriptive du score d'intensité de la communication environnementale.....	62
3.2 Variation du score d'intensité de la communication environnementale entre 2006 et 2011.....	64
3.3 Résultat de la régression linéaire de notre modèle.....	65
3.4 Résultat de la régression linéaire de notre modèle sans les variables indépendantes.....	66

RÉSUMÉ

Les entreprises ont souvent de la pression qui les force à suivre des processus de légitimation. Néanmoins, cette pression va finir par se normaliser et le processus va s'institutionnaliser. Légitimer est l'action de prouver, auprès des gens qui peuvent affecter l'existence de la personne (morale ou physique), qu'elle respecte le contrat social. Le contrat social est un contrat qui contient des clauses qui viennent des valeurs que la société croit importantes. Si l'entreprise ne convainc pas les personnes concernées qu'elle suit ses clauses, elle pourra en être affectée négativement. Le contrat social n'est pas inscrit sur un document et l'entreprise doit découvrir par elle-même qu'elles en sont les clauses. Lorsqu'une entreprise se légitime en prouvant qu'elle est responsable environnementalement, c'est qu'elle pense que le contrat social possède une clause écologique. Les indices qu'elle reçoit l'ont donc convaincue de l'existence de cette clause.

La taxe carbone peut être l'un de ces indices. En effet, lorsqu'une disposition fiscale verte est implantée cela signifie que la population juge que les problèmes environnementaux sont prioritaires ou du moins importants. La taxe carbone de la Colombie-Britannique introduite en 2008 est notre étude de cas. Ainsi, ce mémoire a tenté de connaître l'effet de la taxe sur le carbone sur la communication environnementale.

Pour ce faire, nous avons lu les rapports annuels de 30 entreprises tirées au hasard ayant des activités en Colombie-Britannique et vérifié la variation de l'intensité entre 2006 et 2011. Pour tester l'intensité, nous avons vérifié la présence de 37 éléments du discours environnemental. Dans un premier temps, une analyse descriptive nous a permis de constater que le nombre d'éléments avait le plus varié entre 2008 et 2009 et que les variations ont été plus basses entre 2009 et 2011. Dans un deuxième temps, en recourant à la régression linéaire, en contrôlant avec d'autres variables, nous avons comparé chaque élément de la communication pour mettre en compte d'autres explications possibles de cette variation. Les résultats ont confirmé ce que la statistique descriptive affirme. Nous avons finalement réalisé une analyse comparative entre chaque item de communication environnementale. Nous avons pu déceler que trois éléments ont été plus discutés entre 2008 et 2009. Le premier est la description de produits ou services respectueux de l'environnement vendus par la firme, le deuxième la présentation des initiatives vertes qui seront introduites dans un avenir approché et le troisième est les éléments de discours vert dans la lettre aux actionnaires. Il semble que la variation entre 2008 et 2009 s'expliquerait par ces trois paramètres. Un autre facteur serait que les entreprises ont enlevé peu d'éléments de discours vert durant cette période en comparaison des autres périodes.

Mots-clés : communication environnementale, discours environnemental, développement durable, taxe carbone, responsabilité environnementale, légitimité, institutionnalisation, rapport annuel

INTRODUCTION

Bien des juridictions obligent les entreprises à prioriser la maximisation des profits au-delà de toute action sociale. Alors, pourquoi s'engagent-elles dans des actions sociales et qui donc, coûtent de l'argent? On pourrait conclure qu'elles le font, car elles croient que cela va leur permettre de maximiser leurs profits. Elles espèrent alors qu'en montrant une image socialement acceptable, leur profit va croître. Ces firmes ne sont pas toujours éthiques en réalité, mais elles vont chercher, en utilisant des moyens de communication, à convaincre le public concerné.

Les firmes peuvent se démarquer sur plusieurs aspects sociaux soit la justice sociale, le droit des travailleurs ou la lutte contre la pauvreté. Néanmoins, l'environnement est un sujet de plus en plus couvert par ces organisations. Certes, ce ne sont pas toutes les organisations qui discutent d'environnement, mais il semble que les industries touchées par l'environnement comme les pétrolières ou les forestières en parlent abondamment. On peut aussi observer que des entreprises vont, par pression, vouloir communiquer plus d'information environnementale dans le but de se légitimer.

Bien des facteurs peuvent convaincre les firmes que d'effectuer une narration verte, est la voie à suivre dans leur processus de légitimation. Il y a, par exemple, la pression médiatique, comme nous l'indiquent Aerts et Cormier (2008), qui peut influencer leur propension à user du discours environnemental. Néanmoins, nous nous attarderons sur les actions politiques. Lorsqu'un gouvernement vote une loi pro-environnementale, cela peut signifier que la population, dont font partie les électeurs, est sensible aux problèmes environnementaux. Il est vrai que certains lobbies travaillent contre ce type de lois, mais lorsque les lobbies environnementaux persuadent des gouvernements de voter de nouvelles dispositions environnementales, cela peut prouver que la population trouve importante une bonne gestion verte malgré la force des lobbies antienvironnementaux. Les entreprises peuvent donc sentir une pression et

au lieu de jouer au « climatosceptique », elles deviendront des championnes du développement durable. Prenons l'exemple de la taxe carbone. Il peut être difficile de vendre l'idée d'une taxe et spécialement sur des produits émetteurs de gaz carbonique comme le pétrole, car les gens consomment beaucoup de ces produits. À cause de cette difficulté, la taxe carbone serait-elle une pression faite aux entreprises pour se légitimer au niveau du développement durable? Nous tenterons de le savoir à travers les rapports annuels.

Le rapport annuel est un outil qui sert à transmettre des informations normalement financières. L'entreprise ayant besoin de se légitimer a donc créé un discours mercatique dans le but de présenter une image jugée bonne. Cet outil comptable est donc abondamment utilisé et peut servir à des fins de légitimation. Le discours environnemental fait maintenant partie du rapport annuel et peut être vu comme un objet de marketing (Stanton et Stanton, 2002). Nous voulons donc étudier, dans cette présente recherche, l'effet de la taxe carbone sur la communication dans les rapports annuels. Notre cas sera la taxe carbone de la Colombie-Britannique qui fut implantée le 1^{er} juillet 2008.

Pour ce faire, nous avons divisé notre mémoire en quatre parties. En premier lieu, nous ferons une revue de littérature sur quatre sujets. En premier sujet, nous parlerons de la théorie de la légitimité et de la théorie institutionnelle. Ces théories expliqueront le phénomène que l'on cherche à analyser. Le deuxième sujet touche la responsabilité sociale et environnementale des entreprises. Le désir de se montrer responsable est un aspect important à saisir pour notre texte. Nous irons plus profondément dans le développement durable. Pour le troisième sujet, nous discuterons de la recherche dans la comptabilité environnementale et surtout de la communication environnementale. Le dernier sujet traitera de la taxe carbone. On abordera les aspects économiques, sociaux et environnementaux de la taxe carbone. Bien sûr, nous dresserons un portrait de cette taxe en Colombie-Britannique. En deuxième lieu, nous expliquerons la méthode utilisée dans notre mémoire. Nous ferons une analyse descriptive, une régression linéaire et une analyse comparative. En troisième lieu, vous pourrez y voir les résultats et les interprétations. En dernier lieu, une conclusion avec un retour sur notre étude, ses apports, ses limites et des possibilités de recherches futures terminera notre mémoire.

CHAPITRE I

LA PROBLÉMATIQUE ET LA REVUE DE LA LITTÉRATURE

Le but de ce chapitre est de définir les champs notionnels qui seront utilisés tout au long de notre étude de cas. De ces notions, quatre sont particulièrement importantes à décrire soit la théorie de la légitimité et la responsabilité sociale, la comptabilité environnementale et la taxe carbon.

1.1 LA THÉORIE DE LA LÉGITIMITÉ

Lorsque nous consultons plusieurs ouvrages de référence, la légitimité se définit comme une conformité aux normes établies. L'acte de convaincre du respect de ces normes aux yeux des autres est une bonne illustration de ce qu'est la légitimité. Ce concept avance que les entreprises justifient leur existence en démontrant la conformité aux règles éthiques de la société dans le but de survivre et de se développer. Les parties prenantes telles que les clients, les groupes de pression, les actionnaires, les gouvernements et les fournisseurs peuvent affecter la continuité de l'entreprise. Certaines peuvent lui nuire et d'autres peuvent même carrément sonner l'heure de leur disparition. Par métaphore, elles sont en quelque sorte des « dieux de la nature » possédant un pouvoir destructeur qui peut terrasser les mortels. En usant de légitimité, on tente d'apaiser ces « dieux » en leur faisant plaisir par des rituels et/ou des offrandes. Les parties prenantes ne sont évidemment pas des dieux. Cependant, elles doivent être séduites non par des rituels ou offrandes, mais par des voies communicatives et aussi par un comportement acceptable. Ainsi, si elles sont séduites, elles n'entraveront pas les activités de la firme et elles pourront même l'aider à croître.

Freyd (2011) rapporte que cette théorie est floue. Nous pouvons tout de même lire la définition de Deegan et Unerman (2006, p. 271):

« Legitimacy theory asserts that organizations continually seek to ensure that they are per-

ceived as operating within the bounds and norms of their respective societies, that is, they attempt to ensure that their activities are perceived by outside parties as being "legitimate". These bounds and norms are not considered to be fixed, but change over time, thereby requiring organizations to be responsive to the ethical (or moral) environment in which they operate. »

Par cette définition, deux aspects sont reconnus par Deegan et Unerman (2006). D'abord, une personne (physique ou morale) cherche à s'assurer que les gens ou un groupe de personnes perçoivent la firme comme agissant dans les normes socialement acceptables (éthiques et morales). Ensuite, ces normes sont changeantes selon le temps et le lieu. Le deuxième point sera vu plus tard, spécialement sur le contrat social. Mais avant d'entamer le contrat social, nous cherchons à voir les origines de cette théorie.

Il est évident que cette définition ne peut être comprise sans en connaître ses origines. La sociologie est la première discipline à utiliser cette théorie. Le sociologue allemand Max Weber fut un des premiers à définir la légitimité (Freyd, 2011). Toutefois, elle semble provenir des théories politico-économiques (Deegan et Unerman, 2006, Gray, Owen et Adams, 1996). Ces théories tentent d'expliquer la place de l'économie, de la politique et de la sociologie dans la vie des personnes (Gray, Owen et Adams, 1996). On voit donc qu'elle est utile dans plusieurs domaines. Pour les chercheurs en science politique, elle sert à comprendre le comportement des organisations gouvernementales et politiques. Elle a donc d'abord servi à comprendre les agissements des gouvernements et des administrations publiques. Par la suite, les sciences administratives et comptables ont étudié cette théorie au sein des institutions corporatives. Il est donc primordial de chercher dans les sciences sociales pour véritablement comprendre la théorie de la légitimité et de son utilité dans les sciences comptables.

1.1.1 La théorie de la légitimité vue par la sociologie

Durkheim (1894) définit la sociologie comme les « faits sociaux ». Le sociologue français s'exprime ainsi : « [...] : ils consistent en des manières d'agir, de penser et de sentir, extérieures à l'individu, et qui sont douées d'un pouvoir de coercition en vertu duquel ils s'imposent à lui » (Durkheim, 1894, p. 19). Le caractère coercitif est donc bien important dans les études sociologiques. Weber (1971) semble de cet avis et va plus loin en définissant ce qu'il

nomme « l'activité sociale ». L'activité sociale se passe au minimum entre deux parties et on parle ainsi de réciprocité. Une personne agit en concordance à ce qu'elle croit être le comportement attendu par l'autre. Ceci revint à la définition de Weber (1971) de l'activité sociale que voici:

L'activité sociale (y compris l'omission ou la tolérance) peut s'orienter d'après le comportement passé, présent ou attendu éventuellement d'autrui (vengeance pour réparer une agression passée, défense contre une agression présente, mesures de défense à prendre contre une agression éventuelle) (Weber, 1971, p.52).

Outre l'activité sociale, il y a la relation sociale. La relation sociale est un comportement où l'on essaie d'agir de manière socialement acceptable (Weber, 1971). Le concept qui en découle est celui de l'attente. On s'attend à ce que l'autre se comporte d'une manière spécifique. Weber (1971) voit plus loin qu'une simple relation. Le sociologue parle de domination et rejoint son collègue Émile Durkheim qui lui, parle de coercition. Les gens n'agissent pas nécessairement selon leurs propres règles, mais plutôt vers des règles imposées socialement par un système (Zelditch, 2001; Freyd, 2011). Lorsque Weber (1971) soutient que cette relation est un jeu de domination, il en voit trois types.

En premier, il y a la domination légale où l'on se légitime par la loi. L'organisation qui respecte les lois et les réglementations cherche donc à se légitimer. Freyd (2011) rappelle qu'on obéit aussi à des personnes qui représentent l'ordre, comme les juges ou le corps policier, puisqu'elles appliquent la loi. Par exemple, lors de manifestations syndicales ou étudiantes, les médias pourraient, au lieu de parler des enjeux réels, montrer la violence des groupes en question. En parlant de l'illégalité de ces groupes, ils légitiment leur position.

En deuxième, il y a la domination traditionnelle où l'on se légitime dans le respect des valeurs ancrées dans une tradition. Les gens respectent la tradition et en revanche, les protecteurs de cette tradition ont la mission de protéger ces valeurs (Freyd, 2011). Un exemple pourrait être un politicien qui tente de convaincre ses électeurs qu'il est un bon parent. En effet, si les électeurs de sa circonscription possèdent une tradition familiale importante, il se légitime donc par une valeur sociale importante pour les résidents de l'endroit où il tente de se

faire élire.

En dernier, la domination charismatique où l'on se légitime en démontrant l'aspect héroïque ou sacré de la chose. On a confiance en l'organisation considérant ces accomplissements ou parce qu'elle représente quelque chose de sacré (Freyd, 2011). Nous pouvons le voir avec les campagnes publicitaires des vedettes. Les gens achèteraient donc des produits parce que celles-ci les approuvent.

Toutefois, une petite critique de Weber (1971) s'impose, car il commente peu sur la provenance de la coercition morale. Turner (1993, p.188) répond que: « Weber was more concerned with the problem of how authoritative commands were produced than with the conditions which made them socially acceptable. » Quelles sont les conditions qui font qu'une action est socialement acceptable et donc légitime? Weber (1971) voit sa source par les lois, la tradition, l'héroïsme et le sacré, mais ne va pas plus loin dans sa réflexion. Cependant, quelles sont les conditions qui débouchent sur des changements moraux et sociaux? Nous savons par la définition de la théorie de la légitimité de Deegan et Unerman (2006) que les normes ne sont pas fixes. C'est donc le relativisme éthique que nous devons cerner. Il nous faut donc faire une synthèse de ces changements sociaux et moraux et cela par le contrat social. Le contrat social est, en effet, un contrat plus « flexible » qu'un contrat légal. On peut le modifier plus aisément que le contrat légal.

Contrairement à Weber(1971), Habermas (1978) nous parle plus spécifiquement de contrat et Hasbani (2008, p.7) nous clarifie ainsi les propos de Habermas (1978) :

De tout contrat découle des attentes provenant des visions et espérances des différentes parties et ce, qu'elles soient directement ou indirectement impliquées. Les attentes apparaissent à l'instant où la partie menant l'activité est, d'une certaine manière, prestataire d'une action impliquant de près ou de loin d'autres parties.

Dans chaque acte, il y a un écart entre ce qu'on attend de l'autre et ce qui est perçu. Il faut que l'écart soit jugé acceptable pour que le contrat ne soit pas brisé. Le contenu du discours est très important et doit être présenté selon les circonstances. Les us et coutumes ne sont pas

les mêmes selon les époques, selon les parties prenantes et selon les générations. Il y a un contrat complexe entre toutes ces parties prenantes. Le célèbre texte de Jensen et Meckling (1976, p.8) déclarait ceci :

« It is important to recognize that most organizations are simply legal fictions which serve as a nexus for a set of contracting relationships among individuals. This includes firms, non-profit institutions such as universities, hospitals, and foundations, mutual organizations such as mutual savings banks and insurance companies and co-operatives, some private clubs, and even governmental bodies such as cities, states, and the federal government, government enterprises such as TVA, the Post Office, transit systems, and so forth. »

Nous traduisons ici le « nexus for a set of contracting relationships among individuals » par un nœud de contrat ou plutôt par une relation contractuelle entre parties prenantes. Une entreprise serait donc une fiction existant autour de contrats légaux et sociaux. Les contrats sociaux sont plus complexes à définir contrairement aux contrats légaux. Une relation est un contrat entre groupes ou personnes où nous espérons un comportement de l'autre et en échange, nous ferons pareillement avec nos agissements.

1.1.2 Le contrat social

Historiquement, ce qui est légitime diffère selon les époques. Il y a eu bien sûr une légitimité par la force. Les rois et empereurs devaient convaincre leurs soldats de les suivre. Par exemple, les Babyloniens voyaient leur roi comme un agent du dieu Maruk et les empereurs romains étaient déifiés après leur mort. Les rois de France légitimaient par un droit divin. Après la Révolution française, les idées républicaines modifièrent le concept de légitimation par Dieu.

Toutefois, les idées du contrat social vues par les philosophes Rousseau, Locke ou Hobbes ont changé la donne. Nous pouvons même prétendre que ces penseurs furent inspirés par des philosophes grecs et de leurs idées sur la démocratie. Cho (2009), Freyd(2011) et Khor (2003) mentionnent même *La République* de Platon, comme étant le précurseur du contrat social. Platon parlait déjà de l'importance des lois qui devaient protéger le peuple (Freyd,

2011). Nous pourrions aller aussi loin que le code de loi de Hammurabi, le roi de Babylone vers 1750 avant notre ère. Toutefois, bien que des brides du contractualisme fussent développées durant l'Antiquité, ce n'est que depuis ces trois philosophes qu'il est devenu le *Zeitgeist* de notre société.

Le contrat social peut se définir par la citation de Henri-Dominique Lacordaire : « [...], qu'entre le fort et le faible, entre le riche et le pauvre, entre le maître et le serviteur, c'est la liberté qui opprime et la loi qui affranchit » (Lacordaire, 1872, p.320). Le contrat social entre le gouvernement et les citoyens doit être vu dans le cadre contractuel entre deux parties. Le citoyen sacrifie un peu de liberté à une entité pour le bien commun, mais l'entité pourrait être punie par les citoyens si elle ne respecte pas le contrat social.

Le contrat social de Hobbes (1651) stipule que l'être humain cherche à tout prix à survivre. Dans sa quête de survie, l'humain deviendrait un loup pour lui-même. Il faut donc un gouvernement fort qui protège les humains contre eux-mêmes. Les personnes font donc un pacte dans lequel elles cèdent leur liberté au souverain, qui lui, en retour appliquera la volonté de tous qui serait alors une volonté unique. Sans un dirigeant, l'être humain revient vers sa nature qui est celle de la survivance de soi-même et cela au détriment du groupe. Ce chef représente une image du peuple et l'attaquer serait une attaque contre soi-même. Il est donc un homme artificiel soit le peuple.

Pour Locke (1689), la liberté individuelle et le droit de propriété sont des droits naturels. Il focalise moins sur le concept sécuritaire de Hobbes (1651) et touche plutôt sur les concepts néolibéraux. Tous ont droit à la liberté et au contrôle de leurs biens. Nous aurions droit de résister lorsque l'État joue avec notre liberté et nos biens. Locke (1689) ne cherche pas le bonheur et la protection, mais de réduire les conflits.

Quant à Rousseau (1762), l'Homme est bon, mais la société le corrompt et le rend égoïste. Il parle du lien familial qui le lie à ses parents. Pour lui, la famille est la première composition politique. Nous devons veiller à la conservation des enfants jusqu'au jour où ils deviendront maîtres (parents). Pour lui, personne n'est née pour être esclave. Rousseau dit «Le plus fort

n'est jamais assez fort pour être toujours le maître s'il ne transforme pas sa force en droit, son obéissance en devoir » (Rousseau, 1762, p.9). La relation maître-esclave n'est pas une « association », mais une « agréation ». Il n'y a pas de lien social entre les deux. Le roi de France, par exemple, légitimait son pouvoir par Dieu. Dieu était le principe de droit et de devoir suprême et les gens devaient se soumettre. Il faut donc que la souveraineté aille au peuple qui abandonne son intérêt individuel par l'intérêt du groupe. Rousseau (1762) ressemble à Hobbes (1651) sauf que la protection n'est pas dans la main d'un tiers, mais aux citoyens. Il vise donc des idées plus démocrates que Hobbes (1651). Il faut donc une association ou un pacte social qui protège le bien de tous. Pour cela, il faut une aristocratie élective et non héréditaire.

Ces trois penseurs nous parlent du contrat social par une relation sociale entre le gouvernement et le citoyen. Le contrat social est par définition une activité sociale, car elle exige un comportement spécifique de l'autorité envers les sujets ou citoyens. Cette activité sociale où ce qu'on appelle le contractualisme est l'idée qu'il y a un contrat entre deux parties. Il y a un accord commun. Selon Shocker et Sethi (1974), il y a deux aspects à ce contrat. En premier, on doit livrer quelque chose de socialement désirable à la société et en deuxième, il faut une distribution des bénéfices à la société.

Il va sans dire que ce contrat peut aussi toucher l'entreprise et les autres institutions sociales. Toutes institutions sociales doivent être légitimées puisqu'elles sont une création humaine (Brummer, 1991). Elles doivent donc aussi respecter ce contrat social. Dans le cas des entreprises, les gens offrent un cadre légal pour que les firmes puissent agir (Mathews, 1993). La firme en échange offre des services et des emplois. Toutefois, elles doivent aussi se comporter de manière éthique selon le contrat social. Shocker et Sethi (1974, p. 97) ajoutent: « Therefore, an institution must constantly meet the twin tests of legitimacy and relevance by demonstrating that society requires its services and that the groups benefiting from its rewards have society's approval ». Deegan et Unerman (2006), Deegan et Rankin (1996) et Deegan (2002) soutiennent que les organisations se légitiment, car la société peut annuler le contrat. La société pourrait par exemple arrêter d'acheter des produits ou faire du lob-

byisme auprès des gouvernements qui pourrait nuire à la firme. L'entreprise est un nœud de contrat selon Coase (1937) et le contrat social se situe dans ce nœud de contrat.

1.1.3 Le changement des attentes sociales

Deegan et Unerman (2006) signalent bien que les termes du contrat social ne sont pas fixes et peuvent changer selon les cultures et les époques. Le changement fait donc partie intégrante du contrat social. Cherchons à saisir les caractéristiques de ces changements sociaux.

Au début du siècle dernier, la vision légitime de l'entreprise était de faire des profits et se légitimait seulement par sa maximisation des profits (Abbot et Monsen, 1979; Heard et Bolce, 1981; Patten, 1991, 1992; Ramanathan, 1976; Deegan et Unerman, 2006). Pour faire des profits, il faut obtenir la confiance des clients. Cependant, aujourd'hui, il faut considérer les questions de responsabilité sociale (Heard et Bolce, 1981, Tinker et Neimark, 1987). Lindblom (1994, p.3) explique ceci:

«Legitimacy is dynamic in that the relevant publics continuously evaluate corporate output, methods, and goals against an ever evolving expectation. The legitimacy gap will fluctuate without any changes in action on the part of the corporation. Indeed, as expectations of the relevant publics change the corporation must make changes or the legitimacy cap will grow as the level of conflict increases and the level of positive and passive support decreases. »

L'existence de changement dans ce qui est perçu comme moralement acceptable oblige les entreprises à modifier leurs discours en conséquence. Il est vrai qu'une entreprise peut tenter de changer les attentes. Elle peut aussi tenter de dévier l'attention sur un autre aspect (Lindblom, 1994). Néanmoins, qu'on le veuille ou non, une société évolue et les termes du contrat social seront modifiés un jour ou l'autre. Ces changements sociétaux amènent l'obligation de changer les méthodes d'opération ou les méthodes de communication (Dowling et Pfeffer, 1975). L'entreprise doit connaître les tendances sociales pour ainsi comprendre les clauses du contrat social au moment présent. Lorsqu'un changement social arrive, le contrat social se voit ajouté ou retiré certaines clauses. Certaines clauses pouvaient être déjà inscrites au contrat social, mais leur importance peut être renforcée ou diminuée lorsqu'un événement sur-

vient ou un contexte social se modifie. Notre cas est la taxe carbone et nous croyons que cette intervention gouvernementale peut être un signal à l'entreprise qu'une clause vient de s'ajouter au contrat social.

1.1.4 La théorie des parties prenantes et la théorie institutionnelle

Deux théories (parties prenantes et institutionnelle) peuvent amener des précisions dans l'étude de la théorie de la légitimité. La première théorie rejoint celle de la théorie de la légitimité. La différence réside aux groupes qui y sont liés. En effet, la théorie de la légitimité voit l'influence de la société en général alors que la théorie des parties prenantes voit l'influence par groupe qu'on nomme partie prenante (Deegan et Unerman, 2006). Dans notre cas, on cherche l'influence d'un groupe, soit le gouvernement sur l'entreprise, mais il reste que la société est le groupe auxquels les compagnies cherchent à y projeter une image verte. Il est vrai que le processus de légitimation est différent selon plusieurs groupes (Deegan et Unerman, 2006). Toutefois, le gouvernement est une entité influencée par toutes les parties prenantes et chaque groupe de la société peut l'influencer. C'est pour cette raison que nous croyons la théorie de la légitimité plus appropriée. Finalement, comme nous l'avons démontré, même les actionnaires et investisseurs prennent en compte la responsabilité sociale et environnementale. Il faut donc considérer l'influence globale dans le contexte de cette étude.

Quant à la théorie institutionnelle, elle suppose que les pratiques avec le temps deviennent courantes et que les changements nous viennent par un désir de légitimité. Cette théorie peut être vue selon trois visions.

L'isomorphisme de DiMaggio et Powel (1983) peut être une avenue intéressante. Cette approche comporte trois processus qui mènent vers l'institutionnalisation. D'abord, il y a le processus coercitif. Cela suppose que les entreprises changent leurs pratiques à cause de la pression des parties prenantes, spécialement de l'État. Nous pouvons donc voir un lien avec la théorie des parties prenantes. Ensuite, il y a le processus mimétique. Les organisations tentent de copier et d'améliorer les pratiques provenant des autres firmes. Il y a donc un désir de légitimité de la part des compagnies. Finalement, il y a le processus normatif. L'aspect normatif

est la professionnalisation des pratiques. Le Global Reporting Initiative (2010) en est un exemple.

Le découplage ou *decoupling* est aussi un autre paradigme de la théorie institutionnelle. On pourrait dire que le découplage est une forme de légitimation par l'institutionnalisation. On crée plutôt l'apparence d'institutionnalisation. Beaucoup de firmes cherchent d'abord à maximiser le profit et elles s'occupent peu des enjeux sociaux. Ces entreprises mentent donc sur leurs véritables actions en se déclarant socialement responsables (Deegan et Unermann, 2006; Dillard, Ragsby et Goodman, 2004).

La troisième approche est celle de Greenwood, Suddaby et Hinings (2002) avec ses six phases d'institutionnalisation. La première étant le « precipitating jolt » ou secousse précipitée en français. Cette secousse est un événement qui crée une grande déstabilisation dans les pratiques. Greenwood, Suddaby et Hinings (2002) donnent des exemples comme les nouvelles technologies ou de nouvelles réglementations. La taxe carbone peut être vue comme une « secousse ». La deuxième phase que les auteurs appellent déinstitutionnalisation, est l'entrée de nouveaux joueurs. La troisième se nomme préinstitutionnalisation. C'est là que les firmes cherchent indépendamment des solutions à leur problème. La phase quatre commence la légitimation et s'appelle la théorisation. On spécifie mieux les problèmes et on tente de justifier les solutions. La phase cinq est la diffusion de la pratique. On légitime la pratique par le pragmatisme. Enfin, la phase six est la réinstitutionnalisation où la pratique est adoptée massivement et fait partie de l'écosystème organisationnel des entreprises. Il y a ici une légitimation cognitive.

Les trois approches amènent une légitimation d'une manière ou d'une autre. Il y a donc un choc ou une coercition. Si on analyse bien cette théorie, l'intensité de la communication environnementale devrait se modifier légèrement d'année en année, mais un événement ou un choc pourrait amener un plus grand changement dans le discours environnemental. Ceci est très important pour ce mémoire et spécialement lorsque nous analyserons nos données. Il serait possible que l'année 2011 soit celle où la communication environnementale serait la plus forte. Cela ne signifie pas que les chocs ou les événements ont été les plus importants en

2011. Admettons qu'entre 2003 et 2004, une augmentation de 20 % du discours environnemental a été observée et qu'ensuite l'augmentation n'a été de 1 % ou de 2 % par année. Il y a donc dû y avoir un choc majeur entre 2003 et 2004 et que les années suivantes, l'institutionnalisation expliquerait la faible augmentation. L'intensité de la communication environnementale de 2011 s'expliquerait donc par le choc de 2003 et 2004 et par l'institutionnalisation de la pratique entamée par la suite.

En effet, le rapport annuel d'année en année modifie légèrement son discours, en y ajoutant quelques concepts et en enlevant d'autres. Le cadre du rapport reste toutefois semblable. Un choc peut néanmoins forcer l'entreprise à faire des changements majeurs comme engager un spécialiste de marketing. Bref, l'effort de la légitimation se voit non par la plus haute intensité de communication environnementale, mais bien par la plus haute hausse entre deux années.

1.2 LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

Comme la théorie de la légitimité, la responsabilité sociale est un concept flou (Ramboarisata, 2009; Champion, Gendron et Lapointe, 2005). De plus, Ramboarisata (2009) en citant Godfrey et Hatch (2007) raconte que la responsabilité sociale est une notion confuse. Il va de soi que le concept de la responsabilité est décrit fréquemment selon les idéologies de chacun. Nous allons ici tenter de résumer la pensée de ces chercheurs, philosophes et experts sur ce sujet. Toutefois, ce que nous croyons être responsables fait souvent partie de nos attentes sociales. C'est effectivement les clauses du contrat social.

L'expression responsabilité sociale des entreprises viendrait de Bowen (1953). Bowen (1953) souhaitait que les églises évangéliques aient une doctrine morale pour concurrencer l'Église catholique (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2007). Tout passe par la morale et l'éthique selon Bowen (1953). Il invite les entreprises à aller au-delà de leur responsabilité économique et légale. Toutefois, l'économiste néolibéral Milton Friedman a une vision inverse en déclarant que la responsabilité sociale n'est qu'économique et juridique (Friedman, 1970). Même que l'aspect juridique selon la vision libertarienne de Friedman devrait être limité. Nous pensons toutefois qu'une des caractéristiques communes de Friedman (1970) et Bowen (1953) est la

conséquence. Hottois (1996) parle de conséquence et d'efficacité pratique. Voici comment il définit la conséquence :

Les conséquences doivent être considérées, car le risque existe qu'elles soient contre-productives par rapport au but visé [sic], ou encore qu'elles soient néfastes pour d'autres finalités jugées importantes ou pour certaines valeurs à respecter. L'attention aux conséquences implique que l'on prenne en considération les effets de l'action sous ses divers aspects et aussi eu égard à tous les intéressés. L'éthique de la responsabilité est extravertie au sens où elle s'inquiète des conséquences concrètes de l'action sur les autres. (Hottois, 1996, p.491)

La responsabilité est donc de considérer les conséquences de nos actions. Il faut discerner l'éthique de conviction et l'éthique de responsabilité. De Woot (2004) y voit une différence fondamentale. L'éthique de conviction touche nos convictions morales. Ce qu'on croit être bien et mal. Un geste considéré immoral est mal quelque soit les circonstances. Quant à l'éthique de responsabilité, elle y voit plutôt les conséquences. Pourtant, il semble que le discours des entreprises et des politiciens voit la responsabilité selon l'éthique de conviction. Nos valeurs ne sont pas nécessairement choisies parce que nous y voyons une mauvaise conséquence, mais plutôt selon notre éducation, nos doctrines et donc par ce qu'on croit être mal. De plus, de Woot (2004) ajoute l'éthique de l'avenir. Les conséquences directes sont certes importantes, mais les conséquences à long terme aussi. Par exemple, l'environnement touche le long terme. L'augmentation des gaz carboniques n'aura peut-être pas un grand effet sur notre climat dans un ou deux ans, mais pourrait avoir des conséquences importantes dans 10, 15 ou 20 ans.

Les entreprises ne peuvent pas toujours prendre en compte les conséquences malheureuses, soit par manque de connaissances ou soit par manque de ressources. Certaines décident d'agir (ou ne pas agir) en sachant que ceci peut engendrer des conséquences fâcheuses à une autre partie, bien qu'elles peuvent agir de manière à éviter ces résultats non désirés. Elle limite la responsabilité au niveau des conséquences économiques ou légales comme le souhaite Friedman (1970). Donc, trois types de responsabilité selon la théorie de la responsabilité sociale doivent être explorés soit la responsabilité économique, juridique et morale (Brummer, 1991).

Premièrement, la responsabilité économique est bien illustrée par le titre de l'ouvrage de Friedman (1970) soit « The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits ». Il faut maximiser le retour à l'investisseur. Le chef d'une entreprise est l'employé des actionnaires. Comme il n'est pas propriétaire de cet argent, il doit le maximiser et non l'utiliser pour d'autres aspects sociétaux. Friedman (1970, p.5) affirme que:

« The short-sightedness is also exemplified in speeches by businessmen on social responsibility. This may gain them kudos in the short run. But it helps to strengthen the already too prevalent view that the pursuit of profits is wicked and immoral and must be curbed and controlled by external forces. »

C'est la peur d'une installation d'habitude sociale qui socialiserait la société. Toutefois, les coûts sociaux doivent être considérés dans la donne (Sawyer, 1979). Des clients pourraient, par exemple, cesser d'acheter des produits d'une entreprise à cause de leur manque d'éthique. Cela affecterait donc la rentabilité de la compagnie (Brummer, 1991). En somme, si la firme doit améliorer sa performance économique et que la bonne performance sociale permet de la réaliser, ne faut-il pas considérer ces deux niveaux de responsabilité?

Deuxièmement, l'obligation légale fait partie d'un niveau supérieur de responsabilité. Toutefois, la profitabilité et la loi peuvent entrer en conflit. Brummer (1991) cite le cas de Kotchian (1979) qui avait justifié les pots-de-vin donnés par une société aérienne auprès de fonctionnaires. En effet, elle avait ainsi pu devenir compétitive internationalement. Il reste que selon les théoriciens de la responsabilité, on ne devrait pas excéder les obligations légales et économiques (Brummer, 1991). De plus, la légalité peut forcer l'entreprise à agir pour l'intérêt public.

Troisièmement, Brummer (1991) parle de la responsabilité morale. Il peut être difficile de démêler la responsabilité morale des autres responsabilités. Agissons-nous pour des raisons légales, économiques ou morales? On peut donc dire que la responsabilité qui excède la responsabilité économique et légale est dans le fond morale. Il y a quatre concepts qui peuvent être utilisés pour les démêler (Brummer, 1991).

En premier, la responsabilité morale est faite par une ou des personnes qui connaissent la na-

ture du geste produit (Held, 1972). En gros, la capacité de distinguer ce qui est bien ou mal fait partie de l'idée centrale de ce concept ainsi que la compréhension des conséquences. Nous avons déjà parlé de conséquence, mais si l'on ne comprend pas les aboutissements futurs, il n'y a pas de responsabilité morale. Les rejets de gaz carbonique et ses effets négatifs sont immoraux dans la mesure où nous savons que ceci est nocif pour l'équilibre climatique de la Terre. Nous devons avoir la faculté de raisonner et de justifier son geste (DeGeorge, 1981). Brummer (1991) illustre l'exemple du jeune garçon qui respecte ses obligations comme aller à l'école ou ne pas prendre de drogue. Toutefois, il ne le fait pas par obligation morale, mais légale. Tant qu'il ne comprendra pas les implications morales de ses actions, on ne pourra pas parler de responsabilité morale (Brummer, 1991).

En deuxième, on parle de l'effet sur le bien-être des individus. Il est encore difficile avec ce concept de le différencier des aspects économiques et légaux. Par exemple, refuser de porter un habit obligatoire ne touche aucunement au bien-être de la société, mais touche à une obligation légale. On peut bien ne pas respecter certaines lois sans nuire au bien-être de la société (Brummer, 1991).

En troisième, Brummer (1991) utilise trois mots pour décrire ce concept soit contrôle, pouvoir et évitabilité. Bref, c'est de savoir si on aurait pu faire mieux. Brummer (1991) voit deux définitions du contrôle. Celle que l'auteur appelle la moins large se dit dans ces termes : «[...] the immediate ability to initiate or prevent an action at the time of the contemplated conduct » (Brummer, 1991, p.24). Pour la définition plus large, Brummer (1991, p.24) y va de ces mots : « [...] general capacity to initiate or prevent actions of that kind in the future but not necessarily at the immediate time of acting. ». Il faut être dans la capacité d'agir au moment voulu. On ne peut tout voir venir, mais lorsqu'on a connaissance d'un problème potentiel, des processus de contrôle interne devraient être mis en place pour éviter le problème dans le futur (Brummer, 1991).

En dernier, il faut que les dirigeants d'entreprise puissent reconnaître qu'ils ont commis une erreur. L'agent doit être « répréhensible » et doit être ouvert à être blâmé et censuré si leur performance n'est pas de qualité ou même nuisible. On peut même accepter une punition

(Brummer, 1991).

On peut aussi aller plus loin dans la notion de responsabilité sociale et morale avec, par exemple, la morale kantienne. La philosophie kantienne voit l'importance du devoir accompli. Le philosophe allemand Emmanuel Kant donne l'exemple du marchand qui agit en marchand éthique pour améliorer sa réputation, mais qui en réalité ne produit pas une action morale en soi. Le marchand agit éthiquement dans le but de s'enrichir et non par principe moral. En effet, la légitimité serait donc un acte immoral en soi pour Kant. Le marchand qui agit moralement et qui perd de l'argent en le faisant serait véritablement altruiste (Kant, 1785).

La moralité est un concept difficile à cerner. Agir dans le but de légitimer se fait en projetant l'image que nous respectons le code moral accepté par la société et non un code moral expliqué par des philosophes tels que Kant, Rousseau ou Nietzsche. Brummers (1991) définit la morale vue par le public. Donc, il ne faut pas trop avancer notre conceptualisation de l'éthique vers des idées dont ne saisissent pas le public en général lorsqu'on veut analyser le processus de légitimation.

Maintenant, un historique est important pour comprendre l'implantation de la responsabilité sociale dans le monde anglo-saxon. Les chartes royales des compagnies étaient une invention de la monarchie anglaise. Après l'indépendance américaine, les États voulant se distancer de l'Angleterre votèrent des lois qui permettaient de donner des chartes de compagnies à des personnes. Ces chartes avaient des règles comme la durée de vie de l'entreprise ou le code de conduite à suivre. Déjà, selon certaines règles élaborées par ces chartes, la firme se devait d'agir de façon socialement responsable et on l'obligeait à agir pour l'intérêt public. Certaines entreprises ont perdu leur charte pour mal conduite. Par exemple, les banques au Mississippi, en Ohio et en Pennsylvanie ont perdu leur charte pour avoir été insolvables. Des firmes de péage ont aussi été dissoutes pour ne pas s'être occupées de ses routes (Derber, 1998; Banerjee, 2007).

Toutefois, vers la fin du 19^e siècle, deux événements créèrent un changement de cap qui permit aux entreprises d'avoir moins d'obligations morales. En premier, ce fut le jugement Dart-

mouth College contre Woodward qui définit alors la compagnie comme une personne morale. Le collège privé Dartmouth créé par une charte en 1769 par le roi George avait invoqué l'article 1 section 10 de la constitution américaine qui déclarait qu'on ne pouvait pas « altérer les obligations d'un contrat ». Les droits de l'entreprise devaient être protégés pour qu'elle ne puisse pas être contrôlée par le bon vouloir de certains partis politiques ou de l'opinion publique. L'entité devenait donc une fiction de la Loi et non contrôlée par la Loi. Elle était une personne à part entière, distincte de ses propriétaires. En deuxième, le 14^e amendement libéra les afro-américains de l'esclavage. On ne pouvait enlever la liberté aux personnes et une entreprise par la loi est une personne morale. La majorité des décisions juridiques en lien avec cet amendement furent évoquées surtout par des entreprises et seulement 0,5 % par des Afro-Américains (Banerjee, 2007, p.9). On ne pouvait donc pas légalement forcer l'entreprise à être morale (Banerjee, 2007).

On peut penser que les idées de la responsabilité sociale dans les années 60 et 70 n'étaient que d'ordre économique, mais Frederick (1960) contredisait Friedman (1970). Pour lui, l'intérêt général est important et l'entreprise doit servir la société (Ramboarisata, 2009). Ramboarisata (2009) écrit que depuis 1975, les auteurs ont cherché à moins définir la responsabilité sociale, mais à développer des thèmes de recherche entourant la responsabilité. On a donc cherché à définir ceci par la gouvernance, les parties prenantes, la performance sociale, mais surtout par les deux champs qui nous intéressent que sont la légitimité et l'environnement. Ce dernier contribue de plus en plus à la recherche.

1.2.1 La responsabilité environnementale et le développement durable

Certaines entreprises veulent se montrer responsables, puisque projeter une image éthique a souvent comme avantage de plus grands profits. Un des problèmes lorsque l'on veut projeter une image attendue est que l'attente sociale n'est pas fixe. Par exemple, l'environnement est un concept social qui est nouveau. Ramboarisata (2009) ajoute que depuis une dizaine d'années le concept de responsabilité environnementale est fort présent dans l'entreprise et la recherche.

1.2.1.1 L'émergence de la conscience environnementale et du développement durable

L'émergence de la gestion environnementale serait due par une prise de conscience écologiste du début des années 70. Plus précisément, Michaud (2008, p.i) atteste que :

Différents facteurs socio-économiques et légaux ont contribué à l'émancipation de la comptabilité environnementale, soit un cadre législatif de plus en plus strict, une pression grandissante des parties prenantes quant à la protection de l'environnement et une évolution des coûts rendant économiquement rentable la prise en compte des enjeux environnementaux. Dans ce contexte, les besoins en termes d'informations financières et comptables des gestionnaires et des administrateurs sur l'environnement ont grandement évolué. Issue de la comptabilité sociale, la comptabilité environnementale s'est développée et s'intègre à travers les systèmes comptables traditionnels. Elle comprend divers instruments permettant de mieux informer les parties intéressées, tant au niveau des décideurs internes que des partenaires externes.

Selon Michaud (2008), l'aspect financier doit considérer l'aspect environnemental à cause de la réaction des parties prenantes. La comptabilité environnementale a dû tenir compte des demandes des parties prenantes. Il faut comprendre comment les mentalités ont changé depuis Friedman (1970), quoiqu'il semble y avoir encore de la résistance. Les événements sociaux des années 60 et 70 ont forcé une modification des mentalités auprès des parties prenantes. Quels sont donc ces événements sociaux?

Les désastres environnementaux ne sont pas nés d'hier et nous pourrions en situer dans l'Antiquité. Par exemple, la Mésopotamie est devenue rapidement un désert à la suite de coupe de bois intensif servant à la culture. Hughes (2002) nous parle du héros babylonien Gilgamesh tuant des lions. Il est vu comme le conquérant de la nature. Ces légendes légitimaient la destruction de la nature par l'Homme. Les rois voulant une plus grande population exigeaient de ces fermiers qu'ils produisent plus. Toutefois, la salinisation des sols provoquée par les irrigations fut la cause de leur chute. Il y a aussi l'Égypte qui a connu des problèmes semblables quoiqu'avec le Nil, la salinisation était moins forte (Hughes, 2002).

L'époque médiévale aura aussi son lot de problèmes. Entre 1000 et 1300, la population européenne avait presque triplé et a frappé le mur de la surpopulation que les technologies du

Moyen-âge ne pouvaient pas régler. Les banques Florentines prêtèrent beaucoup d'argent aux monarques, signe que la croissance n'y était plus. Les villes avaient de la difficulté à s'occuper de l'eau, de la disposition des déchets, de la pollution et des inondations (Hughes, 2002).

Ces histoires du passé réfèrent à des problèmes d'insalubrité, de surproduction et de surpopulation. On n'y parlait pas du réchauffement planétaire ou des produits toxiques rejetés. Ces deux nouvelles considérations environnementales sont responsables de l'éveil des populations envers la protection de l'environnement. La destruction possible de notre planète fut un choc environnemental. En effet, les problèmes agricoles de la Babylonie ne rendaient pas les autres cultures conscientes des problèmes environnementaux. Toutefois, la pollution atmosphérique et la possibilité d'une augmentation rapide des catastrophes naturelles suscitèrent plus fortement l'intérêt sur l'écologie des habitants de la Terre.

À un point de vue politique, l'essor se joua dans le concept de développement durable. Bisailon (2008, p. 73) inclut trois éléments spécifiques ayant contribué à l'essor du développement durable soit « le contexte politique de la fin de la guerre froide; les revendications des pays en développement pour un nouvel ordre économique international et la prise de conscience des limites de la biosphère ».

La guerre froide est surtout responsable de la partie « développement » du développement durable. Bisailon (2008) la nomme l'« ère » du développement. Plusieurs gouvernements ont commencé après la Seconde Guerre mondiale des programmes d'aide publique dans le but de développer et combattre la pauvreté. Ceci était provoqué par la guerre entre le capitalisme américain et le communisme soviétique. Cette guerre se passait entre les nations de l'Est et de l'Ouest. C'est donc la volonté de dépasser l'ennemi qui amena l'« ère » de développement. L'échec de la lutte de la pauvreté, les crises financières entre 1982 et 1992 et la chute de l'URSS en 1991 mirent fin à ce régime de développement (Bisailon, 2008; Brunel, 2009).

Le deuxième facteur selon Bisailon (2008), serait la cause du glissement du développement vers le développement durable que sont les revendications des pays en voie de développe-

ment. Les pays riches se sont rapidement aperçus que les pays pauvres voulaient le même niveau de vie, mais ils savaient bien que la ressource n'était pas illimitée depuis le choc pétrolier de 1973.

Le dernier facteur est la prise de conscience qui débute dans les années 60. On pourrait parler du Club de Rome et de son rapport « Halte à la croissance ? » produit en 1972. Dès lors, on conclut que la croissance économique a ses limites. L'exploitation de la biodiversité ne peut être illimitée.

Plusieurs événements scientifiques et d'actualité ont contribué à cet éveil de conscience. La première date qu'on pourrait évoquer serait 1962 où la biologiste Rachel Carson avait écrit un texte pour un séminaire qui permit le bannissement du dichlorodiphényltrichloroéthane (DDT) aux États-Unis. Dès lors, plusieurs organismes virent le jour comme la WorldLife Fund en 1961 et Greenpeace en 1972. Il faut ajouter les désastres environnementaux comme le naufrage du pétrolier Torrey Canyon en 1967 (Sitkin et Bowen, 2010).

Concernant l'éveil climatologique de l'environnement, il faut commencer par Joseph Fourier, un physicien français, qui avait déterminé en 1824 que la Terre serait plus froide sans atmosphère. Ensuite, le chimiste suédois Svante August Arrhenius développa, en 1896, la théorie de l'effet de serre. Il avait compris que le CO_2 pouvait modifier le climat. Toutefois entre 1900 et 1940, nous entrons dans une ère de scepticisme. Par contre, en 1956, le physicien Gilbert Plass découvrit que le CO_2 affectait le climat. Par la suite, en 1968, des études publiées conclurent que la fonte des glaces de l'Antarctique pouvait provoquer des catastrophes. Un tournant serait probablement le record de chaleur de 1988 qui joua dans l'opinion publique sans compter que le Times a déclaré que la Terre serait l'homme de l'année (ou plutôt planète de l'année) pour 1988. Subséquemment, la conférence de Rio en 1993 élaborée par la Convention-cadre des Nations unies sur le changement climatique finira par la signature du Protocole de Kyoto le 11 décembre 1997. Ce protocole visait à réduire les polluants d'au moins 5 % par rapport à 1990 (Nations Unies, 1998, p.3). Depuis, la multiplication des films activistes (Une vérité qui dérange, Home, Le monde selon Monsanto, etc.), d'autres records de chaleurs, la fonte de glace de l'Antarctique et de l'Arctique et les phénomènes climatologiques comme les

ouragans ou les tsunamis modifièrent considérablement la mentalité de la population sur la réalité de l'effet de serre. Le climat a fait ces ravages comme le Super El Niño en 1998, la vague de chaleur en Europe en 2003, l'ouragan Katrina et Sandy en 2005 et 2012 et ceci intervint encore plus dans cet éveil de conscience climatique (Weart, 2008). Il y a certes du climatoscepticisme, mais ce mouvement semble s'affaiblir. Effectivement, il n'y a pas si longtemps de cela, General Motors a cessé de financer une association climatosceptique (Carty, 2012). C'est donc dans ces vagues d'éveil que la clause de responsabilité environnementale et du développement durable s'ajoutèrent tranquillement au contrat social.

Le mouvement de la décroissance ajoute aussi un élément plus important sur le développement durable. Le Club de Rome en 1972, dont nous avons fait mention, avait fait paraître le rapport Meadows dont le titre en français est « Halte à la croissance? » Delaunay *et al.* (1972) démontrent que la croissance ne peut être infinie et que l'écosystème ne peut subvenir à cette croissance rapide. Bien des produits sont non renouvelables comme le pétrole et d'autres renouvelables ne peuvent être renouvelés de façon illimitée. Le rapport suggère un équilibre démographique où le nombre d'habitants serait constant. Il reste que ce rapport fut rejeté et que les bases du développement durable furent la voie choisie par les industries et les politiciens, comme on a pu voir lors des différents sommets (Bissaillon, 2008).

1.2.1.2 La définition du développement durable entre les différents sommets et commissions

Plusieurs institutions ont ainsi voulu définir le développement durable. Encore, sa définition est floue et complexe. Nous pourrions même dire contradictoire (Bissaillon, 2008). Bissaillon (2008, p.69) avance même que: «D'abord, il n'y a pas unanimité quant à l'utilisation du terme en français, certains privilégiant l'expression «développement durable» alors que d'autres choisissent l'expression «développement soutenable» ou même « développement viable ».

Allons-y par le sommet de la Terre de Stockholm en 1972. Bissaillon (2008) nous rapporte deux points politiques de la conférence. En premier, ce sommet est la preuve que la pression des groupes environnementaux commence à se faire sentir et on commence à comprendre que la croissance ne peut être infinie. En deuxième, la rivalité entre l'Est et l'Ouest existe bel et

bien. Le rapport « Halte à la croissance? » ne fait pas fureur puisque les pays en voie de développement n'aiment pas restreindre leur croissance économique. Maurice Strong, le secrétaire de la conférence, invente alors le terme écodéveloppement. Il lie protection de l'environnement et développement économique. Ce nouveau mot est défini par cinq dimensions dont une définition proposée par Ignacy Sachs, un professeur de socioéconomie qu'on peut lire sur le site internet de UQAM Développement durable (2012) :

Les cinq dimensions de la durabilité ou de l'écodéveloppement sont : la dimension sociale (autre croissance, autre vision de la société), économique (meilleure répartition et gestion des ressources, plus grande efficacité), écologique (minimiser les atteintes aux systèmes naturels), spatiale (équilibre ville-campagne, aménagement du territoire), culturelle (pluralité des solutions locales qui respectent la continuité culturelle)

Le terme développement durable fut utilisé la première fois par l'Union internationale pour la conservation de la nature et des ressources (UICN) en 1980 (Bissaillon, 2008). L'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture avait produit un document intitulé Stratégie mondiale de la conservation - La conservation des ressources vivantes au service du développement durable. Le texte parle ainsi du développement durable :

Le développement est défini ici comme la modification de la biosphère et l'emploi des ressources humaines, financières, vivantes et non vivantes, pour satisfaire aux besoins des hommes et améliorer leur qualité de vie. Pour assurer la pérennité du développement, il faut tenir compte des facteurs sociaux et écologiques, ainsi que des facteurs économiques, de la base des ressources vivantes et non vivantes, et des avantages et désavantages à long terme et à court terme des autres solutions envisageables. (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture *et al.*, 1980, section 1 paragraphe 3)

En résumé, la stratégie offre donc trois idées soit « maintenir les processus écologiques essentiels et les systèmes entretenant la vie, préserver la diversité génétique et veiller à l'utilisation durable des espèces et des écosystèmes. » (UQAM Développement durable, 2012)

En 1987, la Commission mondiale sur l'environnement et le développement (CMED) qui rédigea le rapport Brundtland dont le nom officiel était « Notre avenir à tous » y proposait une définition plus claire du développement durable. On y écrivait en page 40 : « Le développe-

ment durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. » Définition dont Ramboarisata (2009) juge être la plus rassembleuse. Voici ses mots exacts : « Depuis cette définition de la CMED, plusieurs autres ont été proposées, mais celles-ci n'ont pas réussi à se rassembler autour d'une vision homogène sauf sur les composantes économique, sociale et environnementale du développement » (Ramboarisata, 2009, p.6). Il est vrai que cette définition éclaircit tout. On ne parle pas de croissance, mais bien de combler nos besoins de façon à ce que nos enfants puissent aussi avoir la capacité de combler leurs besoins. Il reste toutefois que selon Ramboarisata (2009) en citant Gendron *et al.* (2005), qu'il y a des divergences sur certains concepts comme ses buts et sa nature. À la fin, elle est catégorique en déclarant : « Néanmoins, la définition fournie par la CMED est demeurée une référence largement acceptée tant dans le milieu des affaires que dans celui de la recherche en gestion » (Ramboarisata 2009, p.6).

À la page 42 du rapport, on y dit que « La croissance économique et le développement entraînent inévitablement des modifications dans les écosystèmes. » Le développement durable doit assurer une consommation des ressources renouvelables à leur rythme de renouvellement. Pour les ressources naturelles comme le pétrole, il faut réduire sa consommation et trouver des alternatives renouvelables. On doit aussi éviter que les rejets de polluants affectent l'écosystème, l'eau et l'air. En page 14 du rapport, on ajoute :

Cela dit, le développement durable n'est pas un état d'équilibre, mais plutôt un processus de changement dans lesquels l'exploitation des ressources, le choix des investissements, l'orientation du développement technique ainsi que le changement institutionnel sont déterminés en fonction des besoins tant actuels qu'à venir. Nous ne prétendons certainement pas qu'il s'agit là d'un processus simple. Des choix douloureux s'imposent. En dernière analyse, le développement durable est bien une affaire de volonté politique.

Bref, on renforce l'idée que le développement durable doit comporter des sacrifices et le tout doit faire partie des décisions politiques et juridiques qui ne feront pas l'affaire de tous. Il y a donc une responsabilisation du concept de développement durable.

Cette commission travaillait aussi à la préparation du sommet de la Terre de Rio de 1992. Le développement durable est rendu alors institutionnalisé (Bisaillon, 2008, Macebo, 2010). C'est à Rio que 173 États adoptent l'Agenda 21. Le nombre 21 avait été choisi en vue du 21^e siècle. L'agenda contient 27 principes du développement durable. Les principes parlent des droits et des devoirs des États, le droit d'un environnement sain et l'équité intergénérationnelle. Pour Brunel (2004), c'est l'accent sur la « démocratie participative » qui en est sa contribution et elle illustre ainsi ce qu'elle entend par démocratie participative :

Ils reposent sur l'information et la sensibilisation des populations concernées, la définition d'un plan d'action concerté avec l'ensemble des acteurs impliqués, la mise en œuvre en principe de processus d'évaluation... Même si dans les faits la décision finale ressort toujours de la puissance publique, [...] (Brunel, 2004, p.52).

De surcroît, le sommet met en place trois conventions soit sur la biodiversité, sur les changements climatiques et contre la désertification (Macebo, 2010).

Le premier des 27 principes déclare : « Les êtres humains sont au centre des préoccupations relatives au développement durable. Ils ont droit à une vie saine et productive en harmonie avec la nature ». Le principe trois parle d'équité entre les générations. Il y a donc une approche envers la responsabilité et l'éthique d'avenir. Par exemple, le principe d'utilisateur-payeur et de responsabilité de ceux qui causent des dommages y sont inscrits. On parle aussi de responsabilité des États. Le deuxième principe souligne le droit des pays à exploiter leurs ressources, tout en le faisant sans nuire aux autres nations. Le principe 18 et 19 oblige les États à avertir la communauté internationale en cas de catastrophe ou activité dangereuse qui peut nuire. Le public devrait être impliqué dans les décisions selon le principe 10. On discute même de certains groupes de personnes dans les principes 20 à 23 (Femmes, jeunes, communautés locales, minorités) (Macebo, 2010). On peut donc voir que Rio rapproche le développement durable vers un concept de responsabilité sociale et environnementale touchant divers aspects. La démarche participative est en lien avec la légitimité, car on désire que les gens agissent dans le but d'améliorer le développement durable. On pourrait donc dire que ce sommet met en avant l'idée que les compagnies auront une pression des citoyens ou, du moins, cette pression est souhaitée.

Pour le sommet de Johannesburg de 2002, on y revoit surtout les actions de Rio. De plus, on touche aux forêts, le climat, les océans, l'énergie, l'eau potable. On discute aussi de la pauvreté subie par plusieurs pays et le déséquilibre de richesse entre les États. Les technologies de l'information font aussi place aux discussions. À la fin du sommet, on mettra l'accent sur l'agriculture. En effet, l'agriculture est un élément important dans le combat contre la pauvreté. C'est toutefois une guerre entre pays riches et pauvres qui semble être au centre de ce sommet. Le plan est moins précis que Rio. On n'y trouve que les grandes lignes sans aucun plan concret (Macebo, 2010).

Le dernier sommet est Rio+20, soit la Conférence des Nations unies sur le développement durable 2012 qui se passe encore à Rio. Le « +20 » marquait le 20^e anniversaire du Sommet de Rio en 1992. Il a été certes critiqué par les environnementalistes, mais il apporte certains points, surtout dans le contexte des affaires. Le résultat du sommet fut un document intitulé « L'avenir que nous voulons ». On cherchait à créer un cadre qui établirait les objectifs du développement durable. On y créa un forum pour y faire un suivi du développement durable. Le mandat du programme des Nations unies pour l'environnement est plus important. Une définition de ce que n'est pas de l'économie verte et l'adoption du cadre décennal de programmation sur les modes de consommation et de production durables sont produites par le sommet. On y regardait aussi le bien-être et la prospérité au-delà des indicateurs économiques comme le produit intérieur brut; le rôle des institutions politiques infranationales est mieux reconnu et un registre d'engagement volontaire est mis en place. Finalement, le développement durable des entreprises est vu par ce sommet. Les entreprises ont été donc explorées par Rio+20 et de plus, il abordera aussi 26 thèmes que l'on peut lire à l'Appendice A (Objectif terre, 2012).

Rio+20 cherche à développer d'ici 2014 des objectifs applicables à tous les pays et de trouver des cibles ainsi que des indicateurs pour évaluer le développement durable. L'encadrement par le moyen d'un forum sur la gestion du développement durable est appliqué. On veut combler les lacunes des commissions du développement durable qui ont été faites à Rio en 1992. La création d'un Conseil du développement durable qui remplacerait la Commission est de

mise. La Commission devrait reconnaître les trois dimensions du développement durable soit sociale, économique et environnementale.

De surcroît, il y a des restrictions dans l'imposition des pratiques d'un pays par d'autres pays. Les nations sont diverses et une nation ne devrait donc pas imposer son modèle aux autres. L'économie verte cherche aussi à combattre la pauvreté et amener la société vers la croissance verte. On revient donc à des termes abordés à d'autres sommets dans son combat contre la pauvreté (Objectif terre, 2012).

On parle finalement de la soutenabilité des entreprises, ce qui nous intéresse. Voici ce que le chapitre II point C article 47 du texte conçu par Rio+20 explique sur ce sujet :

Nous sommes conscients de l'importance de la communication, par les entreprises, d'informations sur l'impact environnemental de leurs activités et les encourageons, en particulier s'agissant des entreprises cotées et des grandes entreprises, à étudier la possibilité d'insérer dans leurs rapports périodiques des informations sur la soutenabilité de leurs activités. Nous encourageons le secteur industriel, les gouvernements intéressés ainsi que les parties prenantes concernées à élaborer, avec l'appui du système des Nations Unies s'il y a lieu, des modèles de meilleures pratiques et à faciliter la publication d'informations sur le caractère durable de leurs activités, en faisant fond sur les enseignements tirés des cadres existants et en accordant une attention particulière aux besoins des pays en développement, notamment en matière de renforcement des capacités.

Plus de 1000 personnes venant du secteur privé ont été présentes lors du Corporate Sustainability Forum que le UN Global Compact organisa lors de Rio+20 (Objectif terre, 2012). Il y a donc eu une importance à l'égard de l'effet environnemental des firmes. On peut comprendre par le texte que la communication des effets environnementaux est très importante lors de ce sommet.

Toutefois, bien des organismes environnementaux questionnent la portée de ces sommets et commissions (Objectif terre, 2012; Brunel, 2004; Macebo, 2010). Par exemple, Rio+20 aurait manqué d'ambition (Objectif terre, 2012). Il y a une guerre politique entre les pays riches et les pays pauvres. Il y a aussi l'écoblanchiment. Les sommets ont permis d'inventer une terminologie que les multinationales utilisent dans leur processus de légitimité.

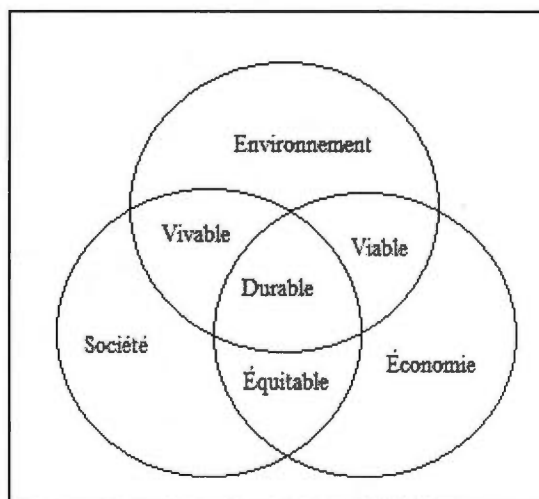
1.2.1.3 La responsabilité environnementale

La responsabilité environnementale se définit par un comportement dont le résultat serait la meilleure performance environnementale possible. Outre cette définition simpliste, la performance environnementale peut se résumer en deux choses. En premier lieu, user une ressource à son rythme de renouvellement. Et en deuxième lieu, ne pas rejeter des polluants à un rythme plus fort que la capacité de la nature à autoépurer (Macebo, 2010). Toutefois, on ressort fréquemment trois concepts, soit l'économie, le social et l'environnement. Vous pouvez voir dans cette figure de la page suivante la définition du développement durable tel que conçue par bien des économistes écologistes. Les trois sphères que vous pouvez voir à la Figure 1.1 à la page qui suit ont été concoctées par Barbier (1987). Ces trois items théorisent que la durabilité se joue dans la société, l'économie et l'environnement. Il y a une interdépendance entre économie, social et environnement. On ne peut pas faire du développement durable s'il n'y a pas une rentabilité. On ne peut pas faire du développement durable s'il ne considère pas les aspects de société tels que la pauvreté ou la santé et son action envers la nature et l'écologie. Le développement durable doit être viable, viable et équitable pour être écologique selon les adeptes du développement durable (Macebo, 2010).

Macebo (2010) oublie un dernier aspect soit la publicité ou le marketing. L'entreprise doit encourager l'écologisme. La firme devrait normalement reconnaître les changements climatiques et publiciser auprès de la population l'importance du vert. Elle doit vanter les vertus de l'environnement pour que d'autres entreprises la suivent. L'encouragement et l'approbation de groupes écologiques doivent être considérés dans sa performance. La firme achète et s'assure donc que ces produits qu'elle achète soient verts. Les fournisseurs de la firme doivent conséquemment être évalués. La société doit aussi être honnête sur sa performance verte et éviter l'écoblanchiment. La diffusion d'une information réelle est donc primordiale. Les certifications et les reconnaissances des groupes écologistes peuvent être une preuve de sa responsabilité environnementale. Toutefois, le marketing est souvent utilisé pour convaincre faussement les gens de sa responsabilité environnementale.

Figure 1.1

Les trois sphères du développement durable



Source : Macebo (2010, p.84)

L'écoblanchiment ou *greenwashing* est un concept que l'on peut retracer jusqu'aux années 60 et 70, l'époque où débutait l'essor environnemental tel qu'expliqué auparavant. C'est alors que les employés des firmes de marketing de la légendaire avenue Madison (que l'on nommait *Madmen*) ont commencé à développer de la mercatique verte. Jerry Mander, un de ces *Madmen* nomma ceci *ecopornography* (Black et Lybecker, 2008). Durant les années 70, 80 et 90, l'écoblanchiment est de plus en plus complexe. On peut prendre l'exemple de Chevron avec son slogan « People do ». Les ventes auprès des gens concernés par les aspects sociaux auraient augmenté de 22 % (CorpWatch, 2001). Kangun, Carlson et Grove (1991) avaient démontré qu'au moins un élément dans 58 % des publicités environnementales était trompeur.

Enfin, Brunel (2004) questionne malgré tout l'expression développement durable. Elle se demande si elle est un pléonasme ou un oxymore. Pléonasme, car tout développement doit être durable dans sa phase positive avant son déclin, mais aussi un oxymore puisque le développement et la croissance sont destructeurs de l'environnement par leur nature. On sait déjà par la commission Brundtland que le développement durable doit satisfaire nos besoins présents, mais aussi nos besoins futurs. La responsabilité est donc un mot plus intéressant. Certes,

moins politiquement correct, car elle ne parle pas de croissance verte, mais simplement de vert avec un ton neutre.

De Woot (2004), on le répète, discutait d'éthique de responsabilité qui met de l'avant la conséquence, mais aussi d'éthique d'avenir où les conséquences futures doivent être vues dans la moralité. Avec l'ouragan Sandy, par exemple, peut-on parler d'avenir? Les conséquences sont de plus en plus actuelles. Les changements climatiques nous affectent et affecteront encore plus les générations futures. On peut donc parler d'éthique de conséquence et d'avenir en même temps.

La croissance démographique et économique nous oblige à repenser la responsabilité. Une thèse qu'avance le philosophe allemand Hans Jonas dans son œuvre « Le Principe de responsabilité ». Pour Jonas (1990), nous menaçons les vies futures. Les avancées technologiques nous obligent à revoir le concept de responsabilité. La technologie, censée être bénéfique, serait devenue une menace pour notre avenir. L'Homme est devenu puissant et abuse de son pouvoir et ce pouvoir peut le détruire. Il va de soi qu'il doit exister et survivre. Les êtres humains auraient une vision anthropocentrique. Ils agissent en maître de la nature. Ce constat doit changer. Par conséquent, il propose de revoir cette éthique (Jonas, 1990).

Le contrat naturel acquiesce aux propos de Jonas (1990). Celui-ci est une notion développée par le philosophe français Michel Serres. Depuis le 17^e siècle et cela grâce au progrès technologique, de plus en plus la nature dépend de nous et nous dépendons de plus en plus de la nature. Nous serions devenus l'espèce dominante, mais aussi un parasite pour la nature. Il propose un nouveau contrat social envers la nature. À cause des changements climatiques, ce pacte doit être fait pour nous sauver (Serres, 1990).

Jonas (1990) et Serres (1990) amènent donc la notion de responsabilité environnementale. Une nouvelle éthique pour le premier et un nouveau contrat pour le deuxième. Jonas (1990) l'illustre par la métaphore du parent qui s'occupe de ses enfants. Bref, assurer une dynastie est primordial pour que la nature humaine persiste. Le politicien et l'entreprise doivent donc con-

sidérer le citoyen ou le client comme des enfants et doivent donc gérer de façon durable l'environnement qu'ils contrôlent.

Il y a aussi le mouvement de la décroissance vu, par exemple, par Marion *et al.* (2011) Marion *et al.* (2011, p.7) posent deux questions : « Cependant, peut-on envisager une croissance économique continue qui n'aggraverait pas la crise environnementale dont nous constatons chaque jour davantage les symptômes? Est-il possible que l'on puisse développer à l'infini dans un monde fini? ». On revient aux idées du Club de Rome. Le concept de développement durable est vu comme l'antithèse de la décroissance soutenable. La sphère économique des trois sphères est donc rejetée par ce mouvement. Évidemment, pour l'adepte de la décroissance, l'entreprise qui est rentable au niveau comptable ne l'est pas nécessairement au niveau écologique ou économique. Ceci veut dire ne pas chercher ni profits, ni pertes et on ne parle aucunement de la maximisation des profits. La production ne doit fournir que le nécessaire à la survie de l'espèce. L'entreprise n'aurait donc qu'un rôle environnemental et social.

Il faut par contre saisir que la décroissance est un concept encore marginal ou du moins pas à la mode, et ne pourra être utilisé que minimalement dans le cadre de ce mémoire. Une entreprise, par exemple, pourrait communiquer de l'information qu'un adepte du développement durable apprécierait, mais qu'un « décroissanciste » trouverait non pertinente, voir antiécologique. Dans ce cas, nous devons considérer que l'entreprise communique par légitimité environnementale puisqu'elle vise les gens qui croient que le développement durable est environnemental. Le but n'est pas de savoir si elle communique de l'information réellement pertinente, mais plutôt de l'information que le public croit pertinente. On ne se légitime pas en donnant des informations qui sont véritablement pertinentes, mais par des informations que les parties prenantes visées jugent importantes.

Maintenant, on sait que la responsabilité environnementale est une notion contradictoire. Nous avons tenté de brosser un portrait global des définitions de plusieurs penseurs de la responsabilité environnementale. Nous cherchons à découvrir les actions de légitimité faites à la suite de l'événement ou changement sociétal. Notre définition doit se centrer vers l'apparence d'un écocitoyen respectable. L'écocitoyen est perçu par le public dans les idées du dévelop-

pement durable et c'est pour cette raison que cette vision va être plus utilisée dans l'analyse du discours.

1.3 LA COMPTABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

La comptabilité environnementale est encore, et sans surprise, très floue. Si la responsabilité environnementale est complexe, voire nébuleuse, la comptabilité environnementale l'est encore plus. Schaltegger, Bennett et Burritt (2006) soutiennent que le terme est de plus en plus utilisé dans le monde académique, mais qu'aucune définition véritable n'a été composée et ce, même dans les papiers de recherche.

Richard (2012, p.37) allègue que « Toute comptabilité a pour objectif la conservation d'un capital apporté par une certaine partie prenante ». Il y a pour cet auteur une distinction entre comptabilité traditionnelle et comptabilité environnementale. La première touche un seul capital qui est celui des actionnaires et créanciers. Ce qu'on peut appeler le capital traditionnel. La comptabilité environnementale touche le capital naturel qui se divise en 4 catégories soit « la fourniture des ressources pour la production (minerais, nourriture, pétrole, bois, etc.), l'absorption des déchets, la fourniture des fonctions essentielles assurant la vie (production du climat, stabilité des écosystèmes, couche d'ozone protectrice, etc.) et la fourniture d'agréments (beauté des forêts, silence, etc.) » (Richard, 2012, p.37). Richard (2012) y ajoute le capital humain, le socio-organisationnel et l'artistique. Pour lui, le capital humain peut carrément intégrer le capital naturel. Les institutions politiques et juridiques ainsi que le patrimoine social et culturel peuvent englober le capital humain. Schaltegger, Bennett et Burritt (2006, p.39) plaident que « [...] sustainability accounting could be developed in different ways : first, based on an entirely new system of accounting; and, second, as an extension of, or modification to, conventional financial, cost, or management accounting ». Ces auteurs insinuent donc que nous devons revoir les implications économiques, sociales et environnementales sur les bénéfices et les risques. En somme, nous reprenons les trois éléments du développement durable.

Selon Richard (2012), la comptabilité environnementale arrive par deux contraintes. La pre-

mière est celle de l'« extérieur-intérieur ». C'est sous cette pression extérieure que la firme diffuserait. En outre, on peut observer les lois environnementales qui obligent l'entreprise à donner des informations. Autre exemple, l'Inventaire national des rejets de polluants du Canada force les entreprises à déclarer les quantités de polluants rejetés. La contrainte « intérieur-extérieur » est une diffusion qu'une entreprise s'auto-oblige. Bref, elle sent qu'elle doit se légitimer (Richard, 2012).

Sommairement, nous pouvons observer dans le discours de Richard (2012) et Schaltegger, Bennett et Burritt (2006) que la difficulté de diffuser notre performance de notre gestion écologique est réelle. Voici, il y a des outils qui ont été créés pour permettre une meilleure communication. Richard (2012) nous explique que la diffusion se fait par obligation légale ou par obligation sociale selon les deux contraintes. Nous allons donc orienter les outils vers l'obligation sociale et spécialement le rapport annuel, ou ce que nomme Richard (2012) l'« intérieur-extérieur ».

1.3.1 Le rapport annuel et les outils de communication environnementale

Comment une firme peut-elle projeter une image quelconque? Il y a bien sûr les médias, le site Internet, la publicité, mais nous visons ici le rapport annuel. Hasbani (2008) affirme que : « Le rapport annuel est l'une des plus importantes sources d'information pour les différentes parties prenantes d'une organisation. » Hasbani (2008) ajoute que, de plus, puisqu'il est consulté par plusieurs groupes de personnes ayant une influence sur la firme, le rapport annuel est l'outil par excellence pour évaluer le processus de légitimité de la firme. Plusieurs chercheurs voient le rapport annuel comme un outil marketing (Stanton et Stanton, 2002). En fait, plusieurs rapports annuels sont carrément construits par des firmes de marketing spécialisées. On sait qu'on y dépense parfois des centaines de milliers de dollars pour rédiger un rapport annuel qui visera à embellir l'image de l'entreprise (Hutchins, 1994). On tente donc de ne pas montrer la réalité, mais plutôt une image distordue. Nous avons déjà parlé de cela dans la théorie de la légitimité et l'écoblanchiment. Neu, Warsame et Pedwell (1998) soutiennent que le rapport annuel sert à communiquer avec toutes les parties prenantes et ils observent que les parties prenantes peuvent entrer en conflit spécialement les actionnaires et les environnemen-

talistes. Les gestionnaires ne voudront peut-être pas diffuser trop l'information environnementale dans le rapport annuel. Effectivement, ils auront peur de froisser les actionnaires qui verront d'un mauvais œil que des fonds sont utilisés pour la gestion environnementale de la société. Cependant, la communication environnementale ne cesse de s'intensifier depuis les années 90 (Milne et Gray, 2007). Il est vrai que les actionnaires sont les lecteurs cibles des rapports annuels comme le dit Neu, Warsame et Pedwell (1998). Cependant, Epstein et Freeman (1994, p.106) affirment qu'environ 82 % des investisseurs souhaitent que les sociétés fournissent des informations sociales. De plus, Milne et Chan (1999) et Chan et Milne (1999) révèlent que les investisseurs utilisent les informations sociales dans leur prise de décisions. Neu, Warsame et Pedwell (1998) oublient donc que la communication sociale est plus acceptée et est même de plus en plus exigée par les actionnaires et futurs actionnaires. Enfin, le rapport annuel sert à communiquer un message et il est donc un outil par excellence pour s'assurer que les destinataires du message travaillent pour la pérennité de la firme plutôt que sa destruction.

1.3.2 Le langage utilisé dans la diffusion environnementale dans le rapport annuel

La diffusion environnementale peut être vue comme étant la communication de la performance environnementale (Richard, 2012). Nous avons dressé un portrait de la responsabilité environnementale et on sait que la définition va bien au-delà de la quantité de gaz carbonique rejeté dans l'air ou la quantité d'électricité utilisée. Nous avons vu des notions liées au développement durable. Nous cherchons à voir le discours d'une société qui voudra transmettre de l'information environnementale, une information qui se voudra être en réalité, une technique de marketing. En effet, elle tentera de se définir comme responsable en projetant une image que les autres perçoivent comme verte.

Maintenant que nous comprenons l'aspect marketing. Quel langage pouvons-nous utiliser pour se légitimer? Le Global Reporting Initiative (GRI) semble être une piste de solution. Le GRI fut créé en 1997 pour établir des standards de communication du développement durable. Il joue sur le Triple bilan qui combine les aspects économiques, sociaux et environnementaux. Le GRI se compose de 9 indicateurs économiques, 30 indicateurs environnemen-

taux, 9 indicateurs des droits de l'homme, 14 indicateurs sur les relations avec les employés, 9 indicateurs sur la responsabilité du produit et 8 indicateurs sociaux. Les indicateurs environnementaux touchent à la matière, l'énergie, l'eau, la biodiversité, les émissions, les affluents, les déchets, les produits, les services, les lois, les transports et les investissements monétaires écologiques. L'entreprise utilisant un GRI n'a pas à écrire sur chaque point, mais doit nommer les points qui ont été traités dans son rapport.

Outre le GRI, la certification Eco Management and Audit Scheme (EMAS) exige de faire un rapport accessible au public sur la gestion environnementale. Il arrive que les rapports d'EMAS soient inclus dans le rapport annuel. EMAS exige la transparence, crédibilité et performance. On demande aussi un audit sérieux et un rapport sur des indicateurs environnementaux. EMAS semble toutefois avoir une portée marketing. Le site Internet de EMAS affirme que les bénéfices de sa certification sont « Increased efficiency savings; Reduced negative incidents; and Improved stakeholder relationships. » Le dernier vise directement le but fixé par la légitimité. D'autres certifications peuvent guider les entreprises à écrire un discours qui attirera la faveur des autres groupes liés à l'entreprise comme ISO 14000. Enfin, les certifications offrent un cadre pour la diffusion environnementale.

Chaque partie du rapport annuel peut servir à la légitimation. La lettre de la direction par exemple contient fréquemment des propos de légitimation (Hasbani, 2008). Les risques environnementaux sont aussi abordés dans le rapport annuel. Un des risques importants est la réglementation environnementale. La légitimation s'applique aussi sur les produits ou technologies. L'état financier peut rapporter des coûts liés à l'environnement et peut lister les risques environnementaux de l'entreprise. Le rapport GRI est direct, mais la communication peut se faire subtilement. Le rapport annuel peut donc très bien informer sur sa responsabilité environnementale sans un GRI ou un EMAS.

1.3.3 La recherche sur la communication sociale et environnementale

Il y a deux champs d'études importants en comptabilité environnementale. Il y a certainement d'autres champs connexes comme la fiscalité ou la finance, mais il reste qu'en grande partie,

on parle de deux champs.

Comme premier champ d'études, on peut évaluer la performance environnementale. Dans ce champ d'études, Clapin-Pépin (1991) note que la comptabilité peut évaluer physiquement (ressource naturelle et pollution) et monétairement (coût externe).

Pour des évaluations physiques, on peut recenser des recherches comme celle de Patten (2002b), Clarkson *et al.* (2008), Aerts et Cormier (2009) ou Cormier et Magnan (1997) qui vont utiliser la quantité de polluant rejetée selon une base de données gouvernementale. Le rapport de la quantité de polluant déversée dans la nature (en tonne, kilo, gramme ou toute autre unité de mesure de quantité) par sa taille (représentée souvent par le chiffre d'affaires de l'entreprise) est fréquemment utilisé pour estimer la performance environnementale. On peut donc ainsi calculer la quantité de polluant rejetée dans la nature par dollar de chiffre d'affaires réalisé. D'autres études comme Wiseman (1982), Cho, Patten et Roberts (2006) ou Post, Rahman et Rubow (2011) vont utiliser une base de données comme celle du Kinder Lydenberg Domini (KLD) Inc. ou du Council on Economics Priorities. Ces bases de données montrent un score de performance environnementale qui est évalué selon plusieurs critères tel que la démarche de prévention de la pollution de l'entreprise ou la construction de bâtiments verts.

Pour des évaluations monétaires, on peut penser à Burnett et Hansen (2008) qui voyaient un lien entre la performance environnementale du Clean Air Act Amendments de 1990 et des dépenses en électricité. D'autres, comme Porter et Linde (1995), Stanwick et Stanwick (1997) et Van de Velde, Vermeir et Corten (2005), ont cherché à voir la relation entre performances financières (ou compétitivité) et performance environnementale.

Par l'évaluation environnementale, le chercheur tente souvent de savoir ce qui peut influencer la performance environnementale. À titre d'exemple, Barla (2007) a cherché à savoir si la certification 14001 avait eu un effet sur la performance environnementale dans l'industrie des pâtes et papiers de la province du Québec. Autre exemple, Post, Rahman et Rubow (2011) regardaient la composition d'un conseil d'administration idéal pour qu'une entreprise soit

plus verte.

Comme deuxième champ d'études, on tente d'évaluer l'intensité de la communication environnementale, objet de ce mémoire. Plusieurs chercheurs attestent que la communication de la responsabilité sociale aurait été présente dès la fin du 19^e siècle (Guthrie et Parker, 1989; Lewis, Parker et Sutcliffe, 1984; Neu, Warsame et Pedwell, 1998). Les premières recherches sur la communication sociale auraient commencé dans les années 40 pour être véritablement une option de recherche sérieuse vers le milieu des années 70 (Neu, Warsame et Pedwell, 1998).

Ensuite, nous pouvons, dans la recherche en communication environnementale, voir trois champs d'études (Clarkson *et al.*, 2008). Primo, on cherche à savoir si les investisseurs regardent les informations environnementales dans leur choix d'investissements. Secundo, nous avons la relation entre la communication environnementale et la performance environnementale. Enfin, tertio, les facteurs qui incitent les dirigeants à diffuser davantage sa gestion écologique.

Les chercheurs ont souvent tenté de comprendre ce qui amène une firme à vouloir redorer son discours environnemental. Patten (2002b) et Clarkson *et al.* (2008) ont essayé de découvrir si un pollueur donnait plus ou moins de détails sur sa gestion et sa performance environnementale. Aerts et Cormier (2009) voyaient si la pression médiatique modifiait le discours du rapport annuel des compagnies. Cormier (2012), lui, avait prouvé un lien entre la composition du conseil d'administration et la diffusion écologique. Il y a donc bien des sujets possibles dans ce domaine de recherche. Plusieurs angles de recherche existent dans ce mémoire, mais nous cherchons un lien macro-économique et non micro-économique. L'intervention de l'État touche beaucoup d'entreprises alors que le système de gouvernance ou la performance environnementale d'une entreprise influence qu'elle-même et rarement les autres.

Deux techniques sont utilisées pour mesurer l'intensité de la communication environnementale. La première est le comptage de mots ou de phrases contenant des termes connexes à l'environnement comme « environnement », « biodiversité » ou « écologie ». Plus il y a de

mots ou de phrases, plus il y aurait une intensification de la communication. Cette méthode reste par contre très peu utilisée de nos jours puisque certains mots peuvent être liés ou non à la gestion environnementale selon le contexte. Par exemple, prenons le mot « environnement ». La phrase « L'environnement manufacturier est propice » est un bon exemple où le terme « environnement » n'est aucunement un discours de légitimation écologique. Une autre phrase comme « Gérer l'environnement est une priorité à cause des changements climatiques » est une diffusion flagrante de communication environnementale. La deuxième méthode est une grille d'évaluation contenant plusieurs éléments de diffusion environnementale et chaque élément donne un score. Les éléments peuvent être les projets environnementaux que la société nomme, sa gestion sur la biodiversité ou son discours sur les lois environnementales.

Sur la corrélation entre l'intervention de l'État et la communication environnementale, on peut prendre pour exemple l'étude de Cormier et Magnan (1997). On y regardait si des réglementations sur la pollution de l'eau avaient eu un effet sur le discours environnemental des sociétés. Nous voulons souligner cette citation de Cormier et Magnan (1997, p.1) :

« While regulators (e.g., securities commissions) set guidelines for financial and nonfinancial information disclosure, firms often reveal more about their activities than required. Many executives recognize that a firm's disclosure policy is a strategic tool that provides economic benefits if managed properly. »

Dans la stratégie de légitimation, les sommes dépensées dans la rédaction des rapports annuels seraient donc justifiées, car une mauvaise légitimation pourrait être nuisible pour les gestionnaires de l'entreprise. Il y a toutefois des études contradictoires à celles de Cormier et Magnan (1997). Larrinaga *et al.* (2002), par exemple, avaient montré un cas où une réglementation en Espagne obligeant les entreprises de produire un rapport environnemental n'avait pas eu d'effet sur la diffusion verte. En fait, ce texte avait prouvé par leur échantillon que 80 % des entreprises n'avaient pas respecté la loi. En outre, les autres 20 % avaient négligé certains points du règlement. On peut donc conclure que les interventions ne suscitent pas toujours une réaction. Nous cherchons à observer s'il y a eu un changement dans le discours environnemental des entreprises depuis l'implantation de la taxe carbone en Colombie-

Britannique.

1.4 LA TAXE CARBONE

La taxe carbone englobe une spécialité fiscale qu'on nomme l'écofiscalité ou fiscalité verte. Alepin (2011, p.105) nous la définit bien par ces termes : « La fiscalité verte consiste à modifier le prix des biens et services, de manière à forcer l'adoption de comportement favorable à l'environnement. » On peut bien sûr offrir une réduction d'imposition à l'achat de machines plus vertes ou jouer avec les redevances (Alepin, 2011). On peut finalement imposer une taxe comme la taxe carbone. Sommairement, la taxe carbone est imposée sur les carburants qui sont émetteurs de gaz à effet de serre. Le montant est souvent un prix fixe par tonne de gaz carbonique que le carburant en question émet. Bref, cette écotaxe aurait théoriquement un effet coercitif qui forcerait les entreprises à trouver des solutions pour améliorer leur gestion environnementale et de réduire ainsi la quantité de gaz à effet de serre qu'elles rejettent puisque le coût d'utilisation de ces produits émetteurs devient trop coûteux.

Dans le jargon économique et comptable, on qualifie cette disposition fiscale comme une taxe pigouvienne, c'est-à-dire qu'elle a le but d'internaliser les coûts sociaux. Baumol (1972) est celui qui a bien défini ce concept et il l'aurait emprunté à Pigou (1932). Les gouvernements devraient, selon Baumol (1972), faire en sorte que les coûts occasionnés par la pollution soient plus élevés que les coûts entraînés par la réduction de la pollution. Les coûts sociaux en lien à leur pollution sont normalement tolérés par les entreprises. Elles sont prêtes à assumer les coûts engendrés par un boycott de leurs produits causé par leur inaction dans leur gestion environnementale. Cependant, lorsque le coût est augmenté par la taxe, l'entreprise voudra ainsi réduire la pollution puisque les coûts sociaux additionnés des coûts fiscaux seront trop élevés. Elle joue donc avec le principe de pollueur-payeur et on ajuste ainsi le prix d'émission à son coût réel sur l'environnement. Ceci touche aussi le principe d'équité puisqu'il est normal que ceux qui profitent le plus économiquement d'une mauvaise gestion environnementale paient plus pour les réparations dues à la destruction de l'environnement.

Comme on l'a mentionné, on ajuste le prix en taxant directement les produits polluants

comme le charbon, le propane ou l'essence. Il faut aussi penser aux consommateurs et à leurs habitudes d'achats. Brown (2009, p. 86) nous rappelle ceci:

« Consumers often do not buy the most energy-efficient appliances because the initial purchase price is higher, even though this is more than offset by lower appliance lifetime operating costs. If, however, societies adopt a carbon tax reflecting the costs of climate change, the more efficient appliances would be economically much more attractive. Energy use labeling requirements would help consumers choose more wisely. »

Une automobile électrique dont le prix est plus élevé qu'une automobile à essence deviendra plus populaire si le prix du pétrole est trop onéreux. Il n'y a pas que les habitudes de l'entreprise qu'on cherche à changer, mais aussi celles du consommateur.

Dans les politiques fiscales sur la taxe verte, plusieurs États vont faire en sorte que les revenus soient les plus neutres possibles. En somme, cela signifie qu'on recycle les revenus dans le but de minimiser les effets économiques subis par la population. Une taxe carbone augmente les coûts des transports ainsi que le prix des produits. Les plus pauvres sont touchés par ces hausses de prix. On cherche surtout à redistribuer le revenu de la taxe carbone à la population. L'État ne doit donc pas augmenter son revenu fiscal. Pour ce faire, trois dispositions sont possibles. En premier, on peut baisser les impôts et les taxes. Ces baisses devraient viser les plus pauvres et la classe moyenne. En deuxième, prendre l'argent de la taxe pour l'investir dans des projets de développement environnemental. Ces projets pourront servir à aider les entreprises à réduire leurs émissions de polluants. Les sociétés sont souvent forcées à investir dans les énergies vertes pour contrer les effets négatifs de la taxe carbone sur la marge bénéficiaire. Si le gouvernement investit à leur place, ceci affecte moins le prix de vente. En dernier, on peut distribuer sous forme de dividendes les fruits ou une partie des fruits de la taxe carbone (Baranzini, Goldemberg et Speck, 2000).

1.4.1 Les débats sur la taxe carbone dans le milieu de la recherche

Des économistes fiscalistes ont cherché à comprendre les effets économiques des taxes. Ils débattent d'ailleurs sur des solutions alternatives ou sur le résultat de ces taxes sur l'économie et l'environnement.

Premièrement, il existe une solution alternative à la taxe verte qui est préférée par certains économistes et que l'on nomme la bourse carbone. La bourse carbone est un marché où les entreprises ont un quota de pollution. Lorsqu'une firme pollue au-delà de son quota, elle doit en acheter à une autre firme. On laisse donc le marché contrôler les émissions de gaz carbonique. Toutefois, Avi-Yonah et Uhlmann (2009) semblent croire que la taxe carbone est une meilleure méthode et cela pour quatre raisons. En premier, la taxe carbone est beaucoup plus simple. Ces auteurs nous expliquent que les législations sur la bourse carbone contiennent normalement des centaines de pages. En revanche, ils nous présentent, par exemple, une proposition de loi d'une taxe carbone qui contenait seulement que 17 pages (Avi-Yonah et Uhlmann, 2009, p. 38-39). Sur un point de vue législatif, la taxe carbone est plus simple. En deuxième, il y a la possibilité d'avoir des revenus fiscaux. Il est vrai que la taxe est régressive, mais avec certaines dispositions, elle peut l'être moins. En troisième, le coût du carbone est fixe. Dans une bourse carbone, il est difficile de savoir le coût lorsqu'on dépasse notre quota, car le prix du carbone est fixé par le marché. Les entreprises peuvent mieux planifier leurs dépenses avec un taux fixe carbone. En dernier, la taxe carbone envoie un message clair aux pollueurs. La taxe est vue comme une pénalité. Le droit d'acheter un droit de polluer envoie un message mitigé aux compagnies qui pollueraient beaucoup. Il reste qu'il est plus facile de vendre la bourse carbone que la taxe carbone à la population au niveau politique (Bazin de Jessey et Lamy, 2008). De plus, Bazin de Jessey et Lamy (2008, p.21) ajoutent :

Un système de taxes fonctionne en poussant les entreprises à réduire leurs émissions tant que le coût marginal de réduction des émissions reste inférieur au montant de la taxe. Un tel mécanisme ne va pas déterminer un niveau d'émissions sur la période, mais va fixer le coût marginal de réduction des émissions à un niveau égal à la taxe carbone. Un système de quotas va lui fixer le montant total d'émissions sur la période, conduisant à un prix d'équilibre déterminé par le coût marginal de réduction de la dernière unité pour atteindre les objectifs fixés.

Deuxièmement, il ne faut pas oublier le paradoxe vert de Sinn (2008) et la fuite du carbone qui semble contredire l'efficacité des taxes vertes. Sinn (2008) théorise que même si la pollution est moindre dans un pays, elle ne fera qu'être plus élevée ailleurs. Le texte nous réfère à ce qu'il appelle le green paradox. Le chercheur nous rappelle que la concentration de CO₂ dépend de l'extraction et que l'extraction dépend de l'offre et la demande. Selon Sinn (2008),

toute mesure qui réduit la demande aura des effets positifs sur l'environnement que si les pétrolières gardent le pétrole dans le sol, car tout pétrole extrait sera transformé en CO₂ un jour ou l'autre. Selon cette théorie, même si des pays réduisent à zéro leurs émissions, la pollution internationale globale ne subirait aucun changement. Sinn (2008, p.363) fait ici cette remarque:

« While the Kyoto countries put a contribution in the collection tray before leaving the church, the non-Kyoto countries and other sinners that follow behind not only make no charitable contribution at all, but take the money from the tray put there by the Kyoto countries. »

Bref, la demande intérieure sera remplacée par la demande d'autres pays. En réalité, si un pays X décide de mettre une taxe carbone, elle réduira ses émissions, mais les producteurs de pétrole auront un surplus qu'ils vendront à rabais aux autres pays qui en profiteront. De plus, Sinn (2008) nous rappelle que 70 % à 80 % du pétrole sont produits par des pays instables comme l'Arabie saoudite ou la Russie (Sinn, 2008, p.371). Ces pays plus totalitaires auront tendance à extraire plus intensément dans le but d'amasser assez d'argent en cas d'un coup d'État. Ils pourront alors récupérer leur argent en Suisse ou tout autre compte venant d'un paradis fiscal. Comme le dit Sinn (2008), si le pétrole est extrait, il finira par être utilisé par un pays.

Plusieurs chercheurs ont toutefois critiqué le green paradox et la fuite du carbone. Held, Relotius et Witte (2009) rétorquent que le prix de l'essence ne va pas baisser et cette affirmation est confirmée par Rubin (2010, 2012). La théorie de Sinn (2008) présuppose que les prix ne feront que baisser, mais baisseront-ils réellement? En effet, le pic pétrolier semble imminent selon certains experts. Le pic pétrolier est le moment où la demande de pétrole sera plus élevée que l'offre. Si cela arrive, les prix devraient théoriquement augmenter. De plus, les pétrolières voudront attendre avant d'extraire le pétrole pour ainsi le vendre lorsque le pic pétrolier arrivera. Avec la Chine et l'Inde qui sont en pleine croissance économique, la demande ne fera qu'augmenter encore plus. Pour ce qui est des régimes totalitaires et leur propension à extraire, Held, Relotius et Witte (2009) soutiennent qu'ils ne sont pas toujours rationnels. Sinn (2008) nous parle d'incertitude de ces régimes, mais le pétrole ne semble pas pour l'ins-

tant être remplaçable, ce qui en fait un produit stable. Bref, cette incertitude que prophétise Sinn (2008) ne serait pas concluante selon Held, Relotius et Witte (2009). De plus, Barker *et al.* (2007) ont testé empiriquement la fuite du carbone et on conclut qu'il n'y en avait pas. Ils signalent que le transport local est toujours avantage à cause du coût élevé du transport, des conditions du marché, de la variété de produits et des informations incomplètes. En vérifiant la théorie de la fuite du carbone entre des pays ayant fait des réformes fiscales environnementales et ceux n'ayant pas fait de réforme, Barker *et al.* (2007) ont trouvé une fuite du carbone entre -2 % et 2 %. La fuite du carbone ne semble pas être approuvée par tous les économistes.

Il faut toutefois ajouter les apports de l'économiste Jeff Rubin. Rubin (2012) avance une critique intéressante sur la taxe carbone et la bourse carbone. De ce qu'il nomme le contrôle des émissions. Il nous rappelle que l'augmentation des rejets par les pays en développement est de 90 %. À moins d'un traité international, la taxe carbone n'accomplira rien globalement. Pour lui, seule une récession a un effet global sur la réduction des gaz. S'il y a peu de croissance ou même une décroissance, la réduction se fera toute seule. Dans Rubin (2010, p 139-140), on y explique l'effet de rebond par ces mots : « Qui plus est, les systèmes de chauffage et de climatisation sont 30 % plus performants sur le plan énergétique que ceux qui étaient en place il y a 30 ans. Mais est-ce que ces gains se sont traduits par une baisse de la consommation d'énergie de la famille nord-américaine moyenne? » et il répond : « Jamais de la vie. En fait, c'est l'inverse qui s'est produit. » Ensuite, l'économiste Jeff Rubin cite comme exemple le climatiseur. En effet, cette machine consommerait 17 % moins d'énergie qu'en 1990, mais les gens en achèteraient 36 % de plus. La taxe carbone tend à vouloir améliorer l'efficacité énergétique des produits, mais l'efficacité ne réduit pas les émissions si on consomme davantage les produits en question. La simplicité volontaire forcée par l'augmentation du prix de l'essence fera en sorte qu'une crise financière permettra de réduire véritablement les émissions de gaz qui sont la cause du changement climatique.

Bien que les débats sur la fuite des capitaux et de la bourse carbone soient bien ancrés dans la recherche, il demeure que les études sont principalement concentrées sur les effets environnementaux et économiques de la taxe carbone. En effet, les chercheurs y voient surtout les effets macroéconomiques. La recherche regarde par exemple si le produit intérieur brut a été

affecté ou si son taux de rejet de CO₂ s'est amélioré.

Par exemple, Lin et Li (2011, p. 5142) conclurent que les émissions de la Suède auraient été réduites de 15 %. Baranzini, Goldemberg et Speck (2000) ont effectué leurs travaux sur la Norvège. Le rejet de gaz carbonique aurait subi une réduction de 3 % à 4 % entre 1991 et 1994 (Baranzini, Goldemberg et Speck, 2000, p. 407). Quant au Danemark, ces émissions auraient baissé de 4,7 % entre 1988 et 2000 (Baranzini, Goldemberg et Speck, 2000, p. 407). Enfin, Scrimgeour, Oxley et Fatai (2005, p. 1445) voient l'effet en Nouvelle-Zélande et les émissions de gaz carbonique auraient diminué de 18 %.

Finalement, pour ce qui est des études sur la performance économique, Lee, Lin et Lewis (2007, p.722) ont estimé que la taxe carbone ferait baisser le produit intérieur brut (PIB) de 5,7 %. L'étude de Scrimgeour, Oxley et Fatai (2005) estime que la Nouvelle-Zélande a perdu 0,39 % de son PIB à cause de la taxe carbone. D'autres études contredisent Scrimgeour, Oxley et Fatai (2005) et Lee, Lin et Lewis (2007) comme par exemple, Barker *et al.* (2007) qui ont calculé la différence du PIB des pays ayant fait des réformes fiscales vertes à ceux n'ayant pas fait ces réformes. Les pays ayant fait une réforme fiscale verte furent le Danemark, l'Allemagne, les Pays-Bas, la Suède, le Royaume-Uni et la Finlande. Les non-réformistes étaient l'Autriche, la Belgique, la France, l'Italie, le Portugal et l'Espagne. Le Royaume-Uni avait eu la moins bonne performance économique des pays ayant fait des réformes fiscales environnementales et ce pays n'a pas de politique de taxe carbone, seulement une réforme fiscale verte. On y voit que les pays n'ayant pas fait de réforme affiche une piètre performance de leur PIB comparativement à des pays réformistes. L'Autriche avait la meilleure performance en 2012, parmi les pays n'ayant pas fait de réforme sans toutefois dépasser économiquement aucun pays ayant implanté une politique fiscale environnementale. Bref, nous désirons ici terminer par l'étude la plus complète soit celle de Sumner, Bird et Smith (2011, p.938) où les chercheurs exposent dans un tableau les juridictions et les effets environnementaux de la taxe carbone. Vous pouvez voir à l'Appendice B une reproduction de ce tableau.

Ceci était un aperçu des études sur la taxe carbone et comme nous pouvons l'observer, elles

sont macroéconomiques. Les études microéconomiques sont rares, mais pas inexistantes. Par ce type d'étude, on pose un regard sur les individus et les entreprises plutôt que la société comme un tout. Voici des exemples d'articles scientifiques qui décrivent des liens microéconomiques sur la taxe carbone, mais qui ont tout de même un côté macroéconomique. Porteba (1992) étudie la consommation et le revenu d'une famille moyenne et en voit les impacts sur les ménages. Lee, Lin et Lewis (2007) et Wan, Li et Zhang (2011) ont identifié les impacts d'une taxe carbone par secteur d'industrie. Ces études peuvent faire remarquer des effets microéconomiques, mais finissent toujours par être plutôt macroéconomiques. Il doit toutefois exister des études véritablement microéconomiques non publiées par les gouvernements et notre étude semble être la seule, à notre connaissance, à parler en terme microéconomique.

Notre étude semble être unique. Elle voit l'effet sur un groupe d'individus ou organisations contrairement aux autres types d'études sur la taxe carbone qui analysent les effets sur l'ensemble de la société. Il y a certes des études qui parlent des réactions des gens à la suite d'une réforme fiscale (Moser, 2002; Guenther, 1994). Elles parlent toutefois de la réaction des actionnaires et non d'entreprises et aucune ne s'attarde aux écotaxes.

1.4.2 Le portrait sociopolitique de la taxe carbone

Anderegg *et al.* (2010) démontrent que la vaste majorité des études prouvent que les changements climatiques sont bien réels et que le rejet de gaz à effet de serre engendré par les activités humaines en est la cause. Nous pouvons donc conclure à un consensus scientifique ou presque. Cependant, au niveau politique, le consensus est moindre, quoiqu'une certaine volonté politique existe. Dans les sphères politiques où le climatoscepticisme est moins important, on cherche des moyens pour combattre les changements climatiques. La taxe carbone soulève deux problèmes sociopolitiques.

En premier, elle est une taxe et en deuxième, elle est verte. Bref, ceci est de la fiscalité verte et dans le milieu gouvernemental et au sein de la population, il peut être difficile de l'implanter. Ceci est donc directement lié à cette étude. Nous croyons que plus un pays aura l'autorité pour imposer des dispositions vertes, plus le contrat social aura changé. Le contrat

social aura donc une clause environnementale attachée à elle. Les pays qui ont pu introduire une telle disposition doivent donc être dans un contexte sociopolitique particulier.

Pour que le contrat social ait une clause environnementale, il faut que deux aspects sur l'environnement soient reconnus. Dans un premier temps, les changements climatiques sont reconnus comme réels par la majorité ou du moins par une bonne portion de la population. Dans un deuxième temps, il faut combattre le changement climatique.

Jagers et Hammar (2009) soutiennent que la taxe carbone est souvent une disposition controversée et que la population en général semble la rejeter. Les politiciens ont souvent de la difficulté à trouver de la légitimité pour l'introduction d'une taxe environnementale (Cropper et Oates, 1992; Hammar et Jagers, 2007; Lundqvist et Biel, 2007 ; Jagers et Hammar, 2009). Il suffit de penser à Stéphane Dion, l'ancien chef du Parti libéral du Canada, qui avait perdu ses élections en 2008 et une des raisons aurait été sa proposition de taxe carbone (Alepin, 2011). Plusieurs causes déterminent cette réticence des politiciens (Jagers et Hammar, 2007). Primo, Hammar et Jagers (2006) informent que ceci augmente le coût de nombreux produits. Secundo, Tindale et Hewett (1999) et Ekins et Dresner (2004) voient un problème dans le fait que la taxe carbone affecterait les pauvres. Bien sûr, Brown (2009) suggère un dividende pour remédier à la situation et il y a aussi le recyclage de revenus dont le sujet fut déjà couvert par ce texte. Et finalement, tertio, Dobson (2003) craint qu'elle ne cible pas le vrai problème. Il faut des changements profonds de valeurs. Rubin (2012) est sceptique au contrôle des émissions comme nous l'avons vu. Certains environnementalistes croient donc à une décroissance économique plutôt qu'à un contrôle pour réduire la pollution atmosphérique.

Il reste néanmoins que cette taxe verte a réussi à émerger. La taxe carbone fait partie de la législation fiscale de plusieurs pays, dont le Danemark, la Suède, la Norvège, la Suisse, la France, l'Irlande, la Nouvelle-Zélande, l'Australie, l'Inde. Elle est aussi implantée au Québec et bien sûr en Colombie-Britannique. On parle aussi de l'introduire dans plusieurs pays comme en Chine. De plus, même les politiciens américains qui centrent leur discours vers l'environnement gagnent de plus en plus d'élections comme le démontre Krosnick, McInnis et Villar (2011).

Comment a-t-elle réussi à s'implanter dans ces pays? Bien sûr, il y a l'éveil de la conscience environnementale dont nous avons largement discuté. Mais, il semble que la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques et le protocole de Kyoto furent les événements clés qui incitèrent les États Européens (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat, 2007 ; Bazin de Jessey et Lamy, 2008). Ces événements chiffrèrent des objectifs en tant que réduction des émissions des gaz à effet de serre. Les États ont dû donc développer des techniques pour forcer les firmes et la population à réduire ces émissions. Il est vrai que la bourse carbone fut privilégiée par l'Union européenne (Bazin de Jessey et Lamy, 2008) à cause des grandes entreprises qui seraient trop affectées par la taxe, mais moins par la bourse. Il semble que les grandes entreprises, bien qu'elles soient minoritaires, auraient plus le pouvoir d'influencer le monde politique (Felder et Schleiniger, 2002; Olson. 1965).

Il faut comprendre que son implication historique et sociologique est propre à chaque région. On doit revenir à la théorie de la légitimité. Le gouvernement, pour imposer des taxes environnementales, devra avoir la légitimité du peuple. La Finlande est le premier pays à avoir une taxe carbone en 1990 et ensuite, ce fut le tour de la Suède en 1991. Les pays nordiques d'Europe sont donc les premiers à disposer d'une fiscalité verte. Il est vrai que les pays nordiques sont réputés pour avoir une conscience écologique. Rootes (1999, p.155-156) nous rappelle cette chose: « the institutionalization of environmentalism has entailed at least some measure of institutionalized access to decision-making arena for EMOs. In the Netherlands, Germany and the Nordic countries such access has, by various means, become well-established. »

1.4.3 Les dispositions de la taxe carbone en Colombie-Britannique

Le 19 février 2008, le budget du premier ministre britanno-colombien Gordon Campbell et de sa ministre Carole Taylor établissait les règles de la nouvelle taxe carbone. Cette taxe carbone est une taxe sur la consommation directement liée à l'achat ou l'utilisation de produits fossiles. Vous pouvez lire à l'Appendice C le prix par tonne de carbone selon les périodes. Vous pouvez aussi voir une table à l'Appendice D qui montre quels sont les produits taxés et à quel taux, et ce, selon les années. En effet, chaque produit utilisé émet différentes quantités de

CO₂. De ces produits, il y a des exemptions. Vous pouvez voir à l'Appendice E une liste des exceptions provenant du Ministère des petites entreprises et du revenu de la Colombie-Britannique (2008b).

De plus, le gouvernement de la Colombie-Britannique veut en faire une taxe à revenu neutre. En appliquant cette taxe, la population et les entreprises ne devraient pas payer plus de taxes et d'impôts. En effet, il y a d'autres mesures fiscales qui ont pour effets de réduire le fardeau fiscal des contribuables. Par ces mesures, la somme totale payée par les contribuables n'augmentera pas.

Voici donc les mesures de neutralisation du revenu. En premier, le gouvernement offre un crédit d'impôts pour les gens à faible revenu. En deuxième, on réduit de 2 % en 2008 et 5 % en 2009 les deux plus bas paliers d'imposition. En troisième, l'impôt général sur les entreprises passe de 12 % à 10 % et l'impôt sur les petites entreprises passe de 4,5 % à 2,5 %. (Ministère des Finances de la Colombie-Britannique, 2008a, p.15). En dernier, un dividende de 100 \$ à chaque résident adulte et 30 \$ par enfant fut octroyé (Ministère des Finances de la Colombie-Britannique, 2008a, p.2).

1.4.3.1 Les résultats économiques et politiques de la taxe carbone en Colombie-Britannique

Pour ce qui est du recyclage des revenus, les dispositions semblent avoir porté leurs fruits. Selon le dernier budget paru le 19 février 2013, la taxe carbone a rapporté 959 millions de dollars en revenu fiscal pour l'année 2011-2012. En revanche, la politique de recyclage de revenus a permis de redistribuer 1 141 millions de dollars durant la même période aux contribuables (Ministère des Finances de la Colombie-Britannique, 2013, p.61). Les impôts personnels et des sociétés sont les plus bas au Canada.

Pour ce qui est des effets écologiques et économiques, une étude du Sustainable Prosperity, un organisme affilié à l'Université d'Ottawa, a analysé la performance économique et environnementale de la Colombie-Britannique. Selon Sustainable Prosperity (2012), la croissance économique fut meilleure dans cette province que dans le reste du Canada. Entre 2008 et

2011, le produit intérieur brut a certes baissé de 0,15 %, mais dans le reste du Canada, cette baisse fut de 0,23 % (Sustainable Prosperity, 2012, p. 13). La province a consommé 15,1 % moins de pétrole et la diminution serait de 16,4 % si l'on fait la comparaison avec le reste du Canada (Sustainable Prosperity, 2012, p. 3). La réduction des émissions par habitant fut de 9,9 % entre 2008 et 2010 alors que la baisse du reste du Canada n'était que de 4,6 % (Sustainable Prosperity, 2012, p. 12).

1.4.3.2 Les effets sociopolitiques de la taxe carbone en Colombie-Britannique

Dès 2008, l'industrie de transport par véhicule lourd avait déjà critiqué cette taxe. Il avait estimé que le coût aurait augmenté de 12 000 \$ par année pour un camionneur (Westel, 2008). Cependant, le président de la Canadian Gas Association déclara : « The budget introduces a well designed transparent policy framework that recognizes the need to price carbon throughout the economy, sets a clear price signal and recycles the revenue » (Canada News-Wire, 2008). De plus, un reportage de CTV News, le 20 février 2008 soit une journée après que la taxe fut présentée dans le budget, avait interrogé des Britanno-Colombiens. Le journaliste Jim Beatty avait fini en disant : « But it's not often a new tax wins standing ovations. » (CTV News – CTV Television, 2008). Finalement, la taxe carbone semble avoir une forte approbation en Colombie-Britannique. Hugo de Granpré écrivait ceci dans La Presse du 25 février 2013 :

Selon Kathryn Harrison, professeure de sciences politiques à l'Université de la Colombie-Britannique, ces conclusions rendent la position des conservateurs de plus en plus difficile à défendre. « Le fait que la taxe carbone de la Colombie-Britannique ait été adoptée avec un soutien relativement fort de la communauté des affaires; le fait qu'elle ait survécu (elle est maintenant à environ 50 % dans les sondages d'opinion); le fait que les évaluations actuelles indiquent qu'elle fonctionne pour réduire les émissions de GES et qu'elle n'a pas eu d'impact dévastateur sur l'économie, ça pose un obstacle considérable à la position du gouvernement fédéral », dit-elle. (de Grandpré, 2013)

De plus, vous pouvez voir le Tableau 1.1 qui montre l'acceptation de la taxe carbone selon plusieurs sondages. On peut voir que les appuis forts de cette disposition fiscale ont augmenté et que les oppositions ont diminué. D'un appui de 44 %, il est passé à 54 %. La tendance dans le reste du Canada semble aussi suivre. En effet, selon un sondage, 47 % des Canadiens

étaient pour qu'un consommateur paie 100 \$ par année pour combattre le changement climatique. En novembre 2012, le chiffre était de 57 % (The Environics Institute, 2012, p.3-4).

Bref, la taxe carbone en Colombie-Britannique semble être un succès et pour cette raison, les entreprises devront se légitimer encore plus selon notre thèse. Elle est une province avec un premier député fédéral du Parti vert et plusieurs organismes environnementaux comme la David Suzuki Fondation y résident. Greenpeace a même débuté ces activités en prenant un bateau partant de Vancouver pour empêcher les essais nucléaires en Alaska. Allons voir si la taxe carbone renforce la clause environnementale du contrat social.

Tableau 1.1

L'évolution de l'appui en Colombie-Britannique
de la taxe carbone entre février 2008 et novembre 2012

Période	Fortement appuyé	Un peu appuyé	Un peu opposé	Fortement opposé	Indécis
Février 2008	15 %	39 %	15 %	28 %	3 %
Juillet 2008	9 %	31 %	18 %	38 %	3 %
Mai 2009	14 %	34 %	16 %	31 %	4 %
Juin 2010	12 %	34 %	17 %	33 %	4 %
Juin 2011	11 %	32 %	18 %	32 %	7 %
Novembre 2011	24 %	33 %	18 %	23 %	2 %
Novembre 2012	25 %	39 %	17 %	17 %	3 %

Source : The Environics Institute (2012, p.4)

1.5 CONCLUSION

Notre objectif est de pallier au manque de la recherche sur les événements qui peuvent pousser les entreprises à modifier leur discours. Les études tentent plus souvent de découvrir les caractéristiques, comme la taille ou la performance environnementale, des compagnies ayant un discours plus prononcé sur l'environnement plutôt que de chercher à comprendre les événements qui poussent une entreprise à utiliser une stratégie de divulgation. Il est possible qu'un contexte sociopolitique puisse faire en sorte qu'une caractéristique n'aura pas l'effet

habituel et les chercheurs tentent rarement de comprendre ces phénomènes qui imposent de nouvelles clauses dans le contrat social.

Le contexte socio-économique de la taxe carbone est intéressant. En effet, elle est une solution directe pour réduire la pollution et devrait normalement être appliquée dans le cas où le gouvernement aura l'appui de la population. La taxe carbone est, selon les hypothèses avancées par notre recherche, une clause du contrat social qui redéfinit la légitimité des organisations. La firme n'aura pas le choix de reconnaître que des stratégies de discours environnemental devront être implantées ou améliorées. La nouvelle taxe carbone de la Colombie-Britannique devrait permettre d'observer ce phénomène. Effectivement, cette taxe carbone semble être assez substantielle pour qu'une clause environnementale soit renforcée dans le contrat social. Son acceptabilité auprès de la population semble, selon les sondages, avoir fluctué positivement à la suite de l'imposition d'une taxe verte. Nous observons si cette acceptabilité sera reflétée dans le discours environnemental des entreprises britanno-colombiennes.

Notre approche sera surtout quantitative, mais nous allons tout de même y faire une analyse comparative sommaire. Nous allons mesurer l'intensité du discours environnemental dans les rapports annuels des firmes avant, pendant et après l'implantation de la taxe carbone selon des approches de responsabilité environnementale. Pendant l'implantation, nous tenterons de constater s'il y a une légitimation et par la suite s'il y a une institutionnalisation.

CHAPITRE II

LE CADRE MÉTHODOLOGIQUE

Le cadre méthodologique se définit comme étant la description des méthodes utilisées dans le but de découvrir de nouvelles connaissances scientifiques. Pour ce mémoire, nous cherchons plus précisément à découvrir si des hypothèses sont validées. Nous supposons que la taxe carbone en Colombie-Britannique a eu un effet significatif sur la communication environnementale dans le rapport annuel de ses entreprises.

Nous décrivons donc la méthode statistique utilisée soit la régression linéaire multiple et le modèle. Ensuite, nous allons montrer la statistique descriptive et comparative très sommairement. Pour faire le développement de nos modèles statistiques, nous avons consulté des documents tels que ceux de Chen *et al.* (2003), Bressoux (2010), Guay (1991), Grais (2000), Cossette (2007) et Tenenhaus (1996) et des professeurs de l'Université du Québec à Montréal.

2.1 LES HYPOTHÈSES

Notre but est de savoir l'effet de la taxe carbone sur la communication environnementale des rapports annuels. Nous avons deux hypothèses permettant de prédire le comportement durant deux périodes.

Nous supposons que la communication environnementale entre 2008 et 2009 sera accentuée à cause de la taxe carbone. En février 2008, le budget de la taxe est présenté et en juillet 2008, la taxe carbone est officiellement implantée. Les entreprises auront donc réagi dans leur prochain rapport annuel de 2009. Entre 2009 et 2011, néanmoins, la secousse sera passée et on reviendra à une institutionnalisation de la pratique

Il faut comprendre que si la théorie institutionnelle est vraie, il serait normal qu'en 2011,

l'intensité de la communication environnementale soit la plus forte en terme de score, mais ne signifierait pas que la légitimation y serait la plus forte. Nous cherchons à tester, à l'aide d'une régression linéaire multiple, la variation entre deux années. Si la variation du score entre deux années est très forte et positive, on peut y déceler un indicateur de légitimation par corrélation, mais si la variation est semblable aux autres périodes, on peut y voir une simple institutionnalisation. Le discours ne change que légèrement entre les rapports annuels, d'année en année, sauf si un événement majeur force une légitimation. Sans la secousse, les entreprises ne feront qu'imiter le rapport annuel précédent en y ajoutant quelques items. Supposons qu'un score moyen serait de 14 en 2009, de 24 en 2010 et de 26 en 2011. Le score entre 2009 et 2010 a augmenté de 10 points, mais pour le score entre 2010 et 2011, on y voit une variation de 2 points seulement. L'augmentation de 10 points montre un désir de légitimation et l'augmentation de 2 points signifie que l'on continue à faire la même chose que l'année précédente avec des changements mineurs. On ne juge pas la légitimation par le plus haut score, mais par la variation du score entre deux années.

Souvent, le rapport annuel des entreprises se ressemble d'une année à l'autre. Lorsqu'un élément ou une secousse est effectif, le rapport annuel pourrait se voir modifier de fond en large ou du moins plus fortement durant une année.

Les deux études dont nous avons parlé au chapitre précédent et qui discutent du lien entre l'intervention gouvernementale et la communication verte sont contradictoires. Cormier et Magnan (1997) concluent que la réglementation avait eu un effet de légitimation au Québec et en Ontario alors que Larrinaga *et al.* (2002) avaient vu la relation contraire en Espagne. Il est difficile de prédire son action en Colombie-Britannique puisqu'il semble que cela dépend d'autres facteurs.

Hypothèse 1 : La variation de la communication environnementale entre 2008 et 2009 sera plus forte et significative que celle de la variation de la communication environnementale entre 2006 et 2011

Hypothèse 2 : La variation de la communication environnementale entre 2009 et 2011 ne sera pas significative comparativement à la variation de la communication environnementale durant les années 2006 et 2011

2.2. L'ÉCHANTILLON

L'échantillon fut choisi au hasard et il provient d'une liste d'entreprises que nous avons construite à partir de trois sources. Les sources reposent sur les 1000 plus grosses entreprises ouvertes canadiennes selon le *Globe and Mail* (2011), les 500 plus grandes entreprises canadiennes selon le *Financial Post* (2011) et les 100 plus grandes entreprises publiques de la Colombie-Britannique selon le *BCBusiness* (2011).¹ Nous avons ensuite utilisé les informations du site internet de Sedar², une filiale de la Caisse canadienne de dépôt de valeur limitée. Ce site internet nous offre une variété de documents émis par les compagnies canadiennes comme le rapport annuel ainsi qu'un profil pour chaque entreprise. Une vérification du profil de chaque entreprise a été effectuée. L'entreprise devait avoir une adresse de son siège social en Colombie-Britannique, une autorité principale dans cette même province et les territoires dans lesquels l'émetteur est assujéti devaient inclure la Colombie-Britannique. Ces informations sont indiquées dans les profils des entreprises sur le site de Sedar. En tout, nous avons obtenu 230 entreprises. Vous pouvez voir en Appendice F, la liste des entreprises. Dans la pige au hasard, les entreprises qui n'avaient pas d'activités économiques en Colombie-Britannique et les entreprises qui n'ont pas produit de rapport annuel entre 2006 et 2011 ont été écartées. Pour ce qui est de la première condition de rejet, nous avons jugé que l'entreprise devait vendre ou créer des ressources en Colombie-Britannique. Par exemple, une minière qui exploite seulement des mines en Amérique du Sud serait rejetée. Néanmoins, si elle exploite des mines partout dans le monde dont en Colombie-Britannique, elle serait retenue. Nous avons, par exemple, rejeté Impact Silver, car elle n'avait que des exploitations au Mexique, alors que nous avons retenu Imperial Metals, car bien qu'elle ait une exploitation

¹ Vous pouvez voir la liste complète des entreprises sur Internet par ces liens :
<http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/rob-magazine/2011-rankings-of-canadas-top-1000-public-companies-by-profit/article1361383/>
<http://www.financialpost.com/news/fp500/2011/index.html>
<http://www.bcbusinessonline.ca/profiles-and-spotlights/businesses/bc-top-100-biggest-public-companies>

² Voici son site internet : <http://www.sedar.com/>

au Nevada, elle en avait aussi en Colombie-Britannique. Si la firme n'a pas produit de rapport annuel, nous pouvions accepter le rapport de gestion combiné avec l'état financier en remplacement du rapport annuel.

Pour la pige au hasard, nous avons utilisé le logiciel Excel qui nous permet, avec la formule =Alea(), d'assigner au hasard des nombres avec décimales compris entre 0 et 1 à chaque entreprise. Nous avons retenu les compagnies ayant les nombres les plus haut élevés de notre échantillon, à moins qu'elles aient été rejetées par les conditions dont nous venons d'expliquer soit ne pas avoir les rapports annuels entre 2006 et 2011 ou ne pas avoir des activités en Colombie-Britannique. À l'Appendice G, vous pouvez voir les résultats en Excel. Si une entreprise fut rejetée, une explication sur le rejet fut donnée. L'Appendice H est la liste des entreprises de notre échantillon. Finalement, l'Appendice I est un document signé par le directeur de recherche qui atteste qu'il a été témoin le 13 septembre 2012 de la pige électronique de notre échantillon et de sa conformité. L'échantillon est composé de 30 entreprises sur 6 ans, soit 180 observations au total. Quoiqu'en théorie, nous avons 150 observations. Nous vous expliquerons pourquoi on parle de 150 observations dans le prochain paragraphe, cela même s'il y a 180 rapports annuels (ou rapports de gestion combinés avec états financiers)

2.3 LE MODÈLE ET SES VARIABLES

Voici le modèle utilisé pour la regression linéaire :

$$\begin{aligned} \text{Communication_environnementale}_t = & \beta_1 + \beta_2 \text{Communication_environnementale}_{t-1} + \\ & \beta_3 \text{VI20102009}_{t-1} * \text{Communication_environnementale}_{t-1} + \\ & \beta_4 \text{VI2008}_{t-1} * \text{Communication_environnementale}_{t-1} + \\ & \beta_5 \text{Performance_environnementale}_{t-1} + \beta_6 \text{ROA}_t + \beta_7 \text{Taille}_t + \beta_8 \text{Industrie_sensible} + \\ & \beta_9 \text{Média}_t + \beta_{10} \text{VI 20102009}_{t-1} + \beta_{11} \text{VI 2008}_{t-1} + \varepsilon \end{aligned}$$

2.3.1 La variable dépendante

Communication_environnementale_t est la variable dépendante. Pour l'évaluer, un score de 0 à 37 est attribué selon une évaluation définie. Vous pouvez voir l'évaluation plus en détail à l'Appendice J. Globalement, nous avons analysé 37 items et nous avons donné un point pour chaque item contenu dans le rapport annuel. Chaque point a été vérifié par une lecture profonde des rapports annuels des firmes de l'échantillon. Ce système est inspiré par Patten (2002b), Clarkson *et al.* (2008), Milne et Gray (2007), Cormier (2012) et du Global Reporting Initiative (2010). Le Global Reporting Initiative (2010) en particulier est un excellent guide qui définit ce qu'est une bonne diffusion environnementale. Nous cherchons ici à voir tous les sujets en lien avec l'environnement qu'un rapport peut inclure. On peut donc parler de recyclage, de produits dangereux ou de gestion de l'eau. Ainsi, plus il y a de sujets différents couverts par un rapport, plus on considérera que l'entreprise s'investit à faire de la communication environnementale et donc à se légitimer. Cette variable représente donc les scores d'intensité du discours environnemental de chaque rapport annuel et ce, entre 2007 et 2011. Effectivement, il manque l'année 2006, mais elle serait utilisée par les variables indépendantes.

2.3.2 Les variables indépendantes

Nous utiliserons trois variables indépendantes et cela même s'il y a deux hypothèses. Habituellement, les hypothèses testent une corrélation d'une variable. La valeur d'une des variables sera additionnée aux deux autres pour des raisons expliquées par la suite.

La première variable indépendante est Communication_environnementale_{t-1}. Contrairement à Communication_environnementale_t, elle aurait la valeur des scores de communication environnementale entre 2006 et 2010 au lieu de 2007 à 2011. C'est ici donc que nous utilisons l'année 2006. Si vous observez ces deux variables, le premier à un indice t et l'autre $t-1$. Le $t-1$ signifie qu'on utilise les données du t (temps), mais à une année précédente. On compare donc l'année 2011 à 2010, 2010 à 2009, 2009 à 2008, 2008 à 2007 et 2007 à 2006. On voit ici si une année affecte l'autre année. On y voit donc la variance entre les années. C'est donc

pour cette raison qu'on a 150 observations de score d'intensité de communication environnementale qui seront comparées au score d'intensité de communication environnementale de l'année précédente. Néanmoins, on y voit la variation entre 2006 et 2011 et non la variation sur les périodes spécifiques de nos deux hypothèses. Il faut donc deux autres variables qui feront cette comparaison.

Pour les deux autres variables indépendantes, nous utilisons les variables indicatrices $VI2008_{t-1}$ et $VI20102009_{t-1}$ qui seront multipliées par la variable indépendante $Communication_environnementale_{t-1}$. Nous devons évaluer, par la première hypothèse, l'influence de l'année 2008 sur l'année 2009. Nous aurons donc une variable indépendante $VI2008_{t-1} * Communication_environnementale_{t-1}$ et la variable indicatrice $VI2008_{t-1}$ sera égale à 1 dans le cas où une valeur d'un score d'évaluation d'intensité du discours environnemental de la variable $Communication_environnementale_{t-1}$ provient d'un rapport annuel produit durant l'année financière 2008. Si elle est positive et significative, nous verrons que l'augmentation de la communication environnementale a été anormalement plus élevée et que la taxe sur le carbone sera donc corrélée à cette hausse et ceci validerait la première hypothèse. Comme deuxième hypothèse, nous voulons voir s'il y a eu une institutionnalisation entre 2009 et 2011. Nous appliquerons la même logique avec une variable nommée $VI20102009_{t-1} * Communication_environnementale_{t-1}$. $VI20102009_{t-1}$ aura donc la valeur 1 pour les années 2009 et 2010 et pour les années entre 2006 et 2008, la valeur sera de 0. S'il y n'a pas de significativité, l'hypothèse 2 sera confirmée puisque ceci confirme au retour à la routine.

2.3.3 Les variables de contrôle

Les études qui utilisent une régression linéaire doivent avoir des variables de contrôle pour s'assurer que ce ne sont pas d'autres facteurs qui influent sur la variable dépendante qu'on tente d'analyser. Nous présenterons ici les variables de contrôle utilisées par notre modèle statistique.

Taille est le logarithme du chiffre d'affaires de l'entreprise durant l'année du rapport annuel de la variable dépendante. Le chiffre d'affaires sera multiplié par 12 et par la suite, divisé par le

nombre de mois que contient l'année financière. Ainsi, une année sera ajustée sur 12 mois. Si une année financière, par exemple, ne comptait que 6 mois, le chiffre d'affaires serait par cette formule multiplié par deux (multiplié par 12 mois et divisé par 6 mois). Nous pouvons donc extrapoler le chiffre d'affaires si l'année n'a pas duré 12 mois pour ainsi faire la comparaison sur des périodes égales en temps. De plus, les sommes en devises américaines seront ajustées selon le taux de change moyen de la période où le chiffre d'affaires est déclaré. Nous avons décidé d'ajouter les intérêts nets financiers s'ils sont positifs au chiffre d'affaires puisque notre échantillon contient des minières en exploration. Certaines minières en exploration n'ont aucun revenu minier, mais elles ont des revenus de placement et d'intérêts. Le logarithme de 0 est un résultat impossible, mais si on ajoute un montant de revenu de placement, ceci règle le problème mathématique. Le logarithme a été choisi pour rendre la régression linéaire. Le chiffre d'affaires avec son logarithme est utilisé maintes fois dans les études en sciences comptables (Patten, 2002b; Prior, Surroca et Tribó, 2008). Aerts et Cormier (2008, p.10) soutiennent par les études de Baum et Olivier (1991) et Deephouse et Carter (2005) que « Firm size will affect the firm's visibility to the general public and tends to engender increased public scrutiny. » De plus, une entreprise ayant un chiffre d'affaires élevé a de plus importants moyens pour obtenir les services d'un expert en marketing.

La variable ROA (Return on asset) est le rendement de l'actif investi (bénéfice net étendu/actif total). Ce ratio est une mesure de performance financière. Plusieurs études comme celle de Prior, Surroca et Tribó (2008) démontrent des liens entre la performance environnementale et financière. Neu, Warsame et Pedwell (1998) soutiennent qu'une mauvaise performance peut amener les gestionnaires à ne pas trop diffuser pour ne pas montrer aux actionnaires qu'ils ne dépensent pas leurs investissements en protection de l'environnement. Aerts et Cormier (2009) confirment que plusieurs études utilisent le ROA. Ils citent comme études Cochran et Wood (1984), Cormier et Magnan (1999, 2003), McGuire, Sundgren, Schneeweis (1988) et Mills et Gardner (1984). Aerts et Cormier (2009) affirment que « Firms with superior earnings performance have a higher propensity to reveal their "good news". »

La variable Performance_environnementale calcule la performance environnementale. Elle se calcule ainsi : $\text{Performance}_{\text{environnementale}} = Q/CA$. CA est le chiffre d'affaires calculé

par la variable Taille qu'on divise par Q qui est la quantité en tonnes inscrite dans la base de données de l'Inventaire national des rejets polluants³ de produits toxiques rejetés. En fait, pour chaque installation de l'entreprise, il fait trois rapports. Vous pouvez voir à l'Appendice K, comment nous avons utilisé ces trois rapports. Le taux de pollution est estimé selon sa taille, car la performance doit s'évaluer selon un taux, soit par dollar de chiffre d'affaires. Sa performance ne se calcule pas selon sa quantité, mais plutôt par le fait que cette quantité est raisonnable selon son activité. Patten (2002b) et Clarkson et col. (2008) prouvent que la communication environnementale est influencée par la performance environnementale. Il faut encore citer Aerts et Comier (2009), car pour eux, ce phénomène est bien documenté. Nous avons aussi décidé de prendre la valeur à t-1 soit la performance environnementale d'une année précédente. Plusieurs études comme Patten (2002b) retarde sur une ou deux années la variable, car les données sont souvent accessibles une ou deux années après que le rapport annuel soit publié. Les groupes de pression et les médias agissent après avoir connu les résultats et leur communication environnementale ne sera affectée que lorsque la performance environnementale sera connue.

Une autre variable importante est Industrie_sensible. Cette variable prend la valeur de 1 si le secteur d'activité de la firme est sensible à l'environnement. Elle touche particulièrement les minières, gazières, manufacturières, forestières ou agricoles. Les entreprises dans des secteurs comme les médias, la finance, la vente au détail, la restauration ou les services sont jugées comme non sensibles à l'environnement. Aerts et Cormier (2009) citent Cowen, Ferreri et Parker (1987), Hackston et Milne (1996) et Patten (1991) comme travaux qui étudient cette variable. Ils nous expliquent que les entreprises sensibles à l'environnement ont tendance à être plus fortement observées par les gens concernés et que les études y voient la corrélation entre sensibilités d'une industrie et communication écologiste.

La dernière variable de contrôle est Média. Elle mesure l'intensité médiatique. Nous avons, pour la calculer, utilisé la base de données Canadian Business & Current Affairs Databases (CBCA complete) qui contient des millions d'articles provenant de nombreux journaux canadiens. Ainsi, nous calculons le nombre d'articles parlant d'environnement en lien avec l'entre-

³ Pour plus d'information, allez à ce lien : <http://www.ec.gc.ca/inrp-npri/default.asp?lang=fr>

prise en question et ceci, pour chaque année. Enfin, Aerts et Cormier (2009) nous montrent par Bewley et Li (2000), Brown et Deegan, 1998; Deegan, Rankin et Voght (2000), Li, Richardson et Thornton (1997) et Patten (2002a) que la pression médiatique est réelle dans la communication environnementale et sociale. Neu, Warsame et Pedwell (1998) évaluent la variable Média avec le CBCA Complete.

Pour ces variables de contrôle, nous nous sommes inspirés d'Aerts et Cormier (2009), car elle est une étude récente et spécialisée dans la légitimité. ROA et Taille peuvent aussi contrer la crise financière. En effet, beaucoup peuvent attribuer la crise financière comme étant le phénomène modifiant le discours environnemental. Cependant, ayant deux variables financières, ceci permettra de voir l'impact de la crise.

2.3.4 Les prédictions

Vous pouvez voir ci-bas les signes attendues des résultats du modèle au Tableau 2.3.

Tableau 2.1
Prédictions du modèle

Variables	Signe	Significativité
Communication_environnementale _{t-1}	+	Oui
VI20102009 _{t-1} *Communication_environnementale _{t-1}	+/-	Non
VI2008 _{t-1} *Communication_environnementale _{t-1}	+	Oui
Performance_environnementale _{t-1}	+	Oui
ROA _t	+	Oui
Taille _t	+	Oui
Industrie_sensible _t	+	Oui
Média _t	+	Oui
VI20102009 _{t-1}	+/-	Non
VI2008 _{t-1}	+/-	Non

Ces prévisions sont conformes à nos hypothèses et aux études précédentes comme Patten (2002a, 2002b), Aerts et Cormier (2008) ou Neu, Warsame et Pedwell (1998). Il y a toutefois l'exception des variables de performance financière ROA et Taille. Nous croyons que la crise

financière pourrait être un facteur qui modifierait les résultats normalement obtenus. De plus, la majorité des études se font sur une année. Sur plusieurs années, des surprises peuvent arriver et la crise financière en est une. Il faut ajouter que le ROA tend à être défavorable dans les années 2008 et 2009 ce qui pourrait fausser les données. Le ROA nous permet toutefois d'analyser les effets négatifs de la communication environnementale et c'est donc important de l'avoir comme variable.

2.4 PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Nous présenterons les résultats en trois étapes que voici.

En premier, nous ferons une présentation de la statistique descriptive. C'est-à-dire que nous afficherons la moyenne et l'écart type des variables. Un graphique sur la variation de la communication environnementale sera illustré et analysé.

En deuxième, nous présenterons et interpréterons la régression linéaire. Nous indiquerons ainsi si les hypothèses sont prouvées.

En dernier, une analyse comparative des tendances sera présentée. Spécialement, sur la variable entre les éléments d'évaluation. Est-ce que les entreprises parlent de plus en plus de réglementations? Est-ce que la lettre de direction contient plus d'information environnementale? Ce sont des questions de ce type que nous allons essayer de comprendre. Cette présentation sera sommaire, puisque ce mémoire se concentrera surtout sur la régression linéaire.

CHAPITRE III

LES RÉSULTATS ET INTERPRÉTATIONS

Nous allons diviser ce chapitre en trois sections. Primo, nous monterons la statistique descriptive de l'intensité de la communication environnementale. Secundo, la régression linéaire, qui est la pièce centrale de ce chapitre, vous sera présentée. Tertio, l'analyse des éléments de la grille d'évaluation de la communication environnementale telle que vue à l'Appendice J sera décrite.

3.1 LA STATISTIQUE DESCRIPTIVE

Nous vous invitons à consulter le Tableau 3.1 qui suit décrivant les statistiques descriptives des scores de l'intensité du discours environnemental selon l'année 2006 à 2011:

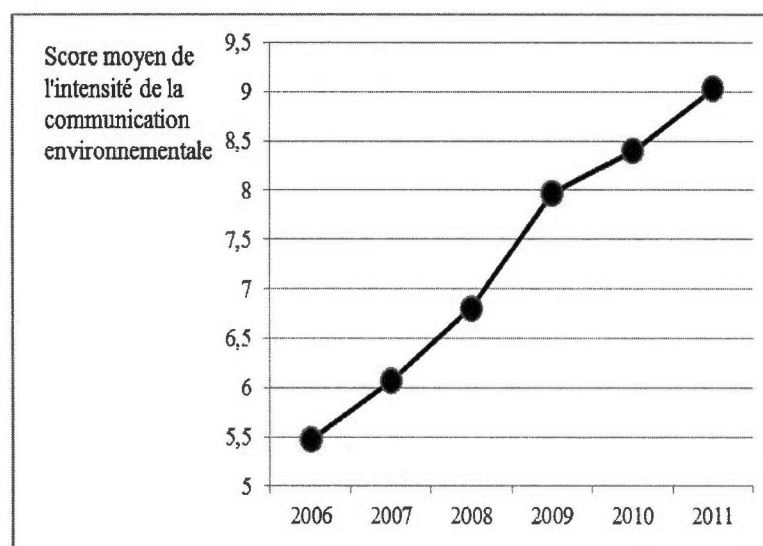
Tableau 3.1
Statistique descriptive du score d'intensité
de la communication environnementale

Année	Moyenne	Écart type
2006	5,47	6,53
2007	6,07	8,24
2008	6,8	8,16
2009	7,97	9,07
2010	8,4	9,47
2011	9,03	9,65
2006 à 2011	7,29	8,56

Vous pouvez voir, à l'Appendice L, l'évaluation du score du discours environnemental pour chaque entreprise et chaque année. On peut observer dans ce tableau que la moyenne du nombre d'éléments environnementaux dans les rapports annuels a progressé de 5,47 en 2006 à 9,03 en 2011. La Figure 3.1 qui suit retrace la moyenne de chaque année du score du discours vert. On remarque que la progression de la communication environnementale entre les

années 2008 et 2009 a subi la plus haute augmentation et que par la suite, la progression est redevenue normale.

Figure 3.1
 Historiographie du score d'intensité
 de la communication environnementale entre 2006 et 2011



Au Tableau 3.2 de la page suivante, on remarque que la variation du discours vert a été la plus forte entre 2008 et 2009. En effet, il a eu 1,17 item de communication verte supplémentaire alors qu'en moyenne, les entreprises ont ajouté 0,71 item de discours écologique par année. On peut donc conclure que la variation très élevée entre 2008 et 2009 démontre une volonté de légitimation. De plus, la période entre 2009 et 2011, ayant une variation plus normale, on y voit l'institutionnalisation. Le score a subi une augmentation de seulement 0,43 point entre 2009 et 2010 soit la plus faible de la période entre 2006 et 2011. Durant les années 2010-2011, on revient au rythme des années 2006-2007 avec un score variant de 0,63 entre ces deux années et de 0,6 pour les années 2006-2007. Bref, aux yeux de ce tableau, on peut déceler une corrélation, mais la régression permettra de conclure à une corrélation.

Tableau 3.2
Variation du score d'intensité
de la communication environnementale entre 2006 et 2011

Années	Variation (en %)
2006-2007	60 %
2007-2008	73 %
2008-2009	117 %
2009-2010	43 %
2010-2011	63 %
Moyenne par année	71 %

3.2 LA RÉGRESSION LINÉAIRE

On peut voir à la page qui suit le résultat de la régression linéaire au Tableau 3.3 comme il a été discuté au chapitre 2. Vous pouvez, à l'Appendice M, consulter les données ayant servi à l'estimation des paramètres de la régression.

Le coefficient de la variable $VI2008_t * Communication_environnementale_{t-1}$ est positif et significatif (valeur p de $0,019 < 0,1$) ce qui permet d'affirmer que la première hypothèse est valide. Si on additionne les coefficients de $Communication_environnementale_{t-1}$ et de $VI2008_t * Communication_environnementale_{t-1}$, on obtient environ 1,08. À chaque augmentation de 1 point de l'année 2008, fait subir une augmentation de 1,08 à l'année 2009. Le coefficient de la variable $VI20102009_t * Communication_environnementale_{t-1}$ n'est pas significatif et sa valeur est de 0,011429 ce qui est bien peu à comparer de la variable $VI2008_t * Communication_environnementale_{t-1}$ qui a un coefficient de 0,9773824. On peut donc affirmer que l'hypothèse 2 est prouvée. Enfin, le R^2 et le R^2 ajusté dépasse le 95%, ce qui en fait un modèle très acceptable.

Tableau 3.3
Résultat de la régression linéaire de notre modèle

Variables	Coefficient	Statistique t	Valeur p	Significatif
Communication Environnementale _{t-1}	0,9773824	19,08	0,000	Oui
VI20102009 _{t-1} *Communication Environnementale _{t-1}	0,011429	0,24	0,814	Non
VI2008 _{t-1} *Communication Environnementale _{t-1}	0,1087272	2,15	0,033	Oui
Performance Environnementale _{t-1}	-5,22e-06	-0,66	0,509	Non
ROA _t	-1,60e-08	-0,39	0,698	Non
Taille _t	-0,1085139	-0,71	0,479	Non
Industrie sensible _t	0,4134464	1,08	0,280	Non
Média _t	0,0874378	1,56	0,120	Oui
VI20102009 _{t-1}	-0,1389411	-0,30	0,765	Non
VI2008 _{t-1}	-0,2963634	-0,52	0,602	Non
Constante	1,245002	1,01	0,315	Non
R ² (0,9579)				
R ² ajusté (0,9539)				

Nous pouvons donc conclure que la période de l'arrivée de la taxe carbone est corrélée par une variation de la communication environnementale plus prononcée. Durant les périodes qui ont suivi, les compagnies ont repris leurs vieilles habitudes d'amélioration lente et continue.

Maintenant, pour les variables de contrôle, il semble que seule la variable Média_t est significative. En effet, sa valeur p est égale à 0,120 divisé par 2 soit 0,06 si on considère que le signe de son coefficient est le même que celui attendu. On peut donc se demander si la taxe carbone n'a pas fait réagir les médias et donc donner une pression supplémentaire. Néanmoins, il semble que ce qui a fait augmenter la pression médiatique environnementale fut probablement causé par le Dendroctone du pin ponderosa, un insecte qui a ravagé les arbres qui sont la ressource principale des trois entreprises de pâtes et papier de notre échantillon (Catalyst paper, International Forest Products, Canfor Inc.). En effet, entre 2007 et 2011, nous avons répertorié 309 articles sur la gestion environnementale des 30 entreprises de notre échantillon. 171 de ces articles visaient ces trois entreprises et 111 visaient ces trois entre-

prises dans les années 2007 et 2008 soit l'année de l'invasion d'insectes. Il est donc difficile de conclure que la pression médiatique en est le responsable.

Il demeure que les autres variables ne semblent pas concluantes, mais cela est normal que les variables indépendantes affectent grandement cet état. Voici un tableau qui montre la régression linéaire sans les variables indépendantes:

Tableau 3.4
Résultat de la régression linéaire de notre modèle
sans les variables indépendantes

Variables	Coefficient	Statistique t	Valeur p	significativité
Performance_environnementale _{t-1}	-0,0000131	-0,56	0,580	Non
ROA _t	-1,32e-0,7	-1,07	0,288	Non
Taille _t	1,122026	2,49	0,014	Oui
Industrie_sensible _t	5,310346	4,99	0,000	Oui
Média _t	1,037993	7,84	0,000	Oui
Constante	-5,914537	-1,63		
R ² (0,5887)				
R ² ajusté (0,5744)				

Le R² de cette régression est de 0,5887 et le R² ajusté est de 0,5744, ce qui est fort acceptable. Les variables de média, de la sensibilité de l'industrie à l'environnement et de la taille semblent déterminantes dans l'influence du discours vert.

ROA_t n'est pas significatif. Il peut s'expliquer par la crise financière de 2008. On pourrait aussi le justifier par notre échantillon. Beaucoup d'entreprises de notre échantillon sont des petites et moyennes entreprises. Les études sur la communication environnementale utilisent souvent de grosses entreprises. Il est donc possible qu'en ayant des performances économiques moins stables, ceci a affecté l'intensité du discours environnemental.

Pour ce qui est de la performance environnementale, elle ne semble pas jouer dans ce cas-ci. Ceci pourrait s'expliquer par les firmes d'exploration minière qui diffusent beaucoup d'information à cause de leur industrie, mais comme elles ne rejettent pas de polluant, étant

en exploration, elles ont une bonne performance environnementale. Le cas des minières de la Colombie-Britannique pourrait être la cause.

3.3 L'ANALYSE COMPARATIVE

D'abord, vous pouvez consulter deux tableaux à l'Appendice N. Le premier montre, élément par élément, le nombre d'entreprises sur les trente de notre échantillon dont le rapport annuel contient cet élément de communication verte. Pour le deuxième, on y voit la variation, d'année en année, du nombre d'entreprises ayant cet item dans leur rapport annuel.

Lorsqu'on examine la variation entre 2008 et 2009, période de l'implantation de la taxe carbone, on constate que trois paramètres varient plus fortement. Le premier est la divulgation de produits ou services respectueux de l'environnement de l'entreprise. Il y a sept rapports annuels supplémentaires qui en discutent. Les produits sont souvent la source de la légitimation. En effet, l'action principale de la firme est de vendre un produit ou un service. Ceci est effectivement la raison de son existence. Pour le deuxième, on parle des initiatives environnementales que la firme veut accomplir. Quatre entreprises se sont ajoutées à celles décrivant leurs initiatives écologiques qu'elles désirent effectuer dans un avenir rapproché. Les initiatives discutées par une entreprise représentent une obligation. Il est aisé pour une firme de dire qu'elle est « pro-environnement » et quelques mots dans le rapport annuel sont satisfaisants. Cependant, discuter d'initiatives concrètes est plus difficile, car il faut élaborer des plans pour les accomplir et une simple mention dans un rapport annuel ne suffit pas. Cela peut seulement signifier que les entreprises ont décidé en 2009 de planifier plus d'actions dans le but de contrer les coûts associés à la taxe carbone et que cela n'a rien à avoir avec de la légitimation. La présence d'un aspect environnemental dans la lettre aux actionnaires est le troisième élément ayant très fortement augmenté. La lettre aux actionnaires est une pièce importante du rapport annuel comme le souligne Hasbani (2008). Trois rapports additionnels mentionnent des points ayant un lien à environnement. De plus, chaque période a vu une diminution du discours environnemental dans la lettre sauf entre 2008 et 2009. De ces trois paramètres de discours, deux ont eu les variations les plus prononcées parmi tous les éléments

de toutes les périodes de notre étude de cas. Force est de constater que les entreprises ont ciblé quelques éléments de discours durant cette période.

La variation de chaque item, entre les années 2008 et 2009, a toujours été positive ou nulle sauf pour un cas soit l'utilisation de produits respectueux pour l'environnement. Il peut être curieux que les entreprises aient soudainement parlé de leurs produits et services verts et cela même si elles n'ont pas osé parler des produits écologiques utilisés dans la fabrication ou gestion de leur organisation. On peut ici donner deux explications. Primo, cela peut être une donnée aberrante comme il arrive parfois. Bref, la variation n'est pas significative. Secundo, les entreprises ont préféré légitimer leurs produits plutôt que les produits verts des autres entreprises. En travaillant sur eux et l'image de leur produit, elles ont oublié de parler des produits des fournisseurs. Revenons sur les variations négatives. Les autres périodes ont toutes au moins 5 facteurs qui varient négativement. En 2009, il n'y a donc pas eu une volonté d'enlever des aspects du discours environnemental de l'année précédente, puisqu'un seul paramètre a varié négativement. Pour la variation positive, des éléments entre 2008 et 2009 n'ont pas été plus forts ou plus faibles durant cette période que toute autre période. 19 items ont été en hausse entre 2008 et 2009. Deux autres périodes ont eu la même variation positive de 19. Une autre période a eu 21 facteurs qui ont connu une fluctuation positive et un dernier vu 18 facteurs ayant progressé entre deux années. Pour le nombre de variations nulles, la période 2008 -2009 a été la plus élevée. En effet, 18 facteurs de narration écologiste n'ont pas varié contre 10, 11, 12 et 15 pour les quatre autres périodes. On peut donc supposer que l'augmentation du score de discours environnementaux entre 2008 et 2009 s'explique par le fait que peu de rapports annuels y ont retiré des éléments de légitimation verte et quelques éléments en particulier ont été retravaillés.

Lorsqu'on analyse ce phénomène, en dehors de la période 2008 et 2009, on peut faire quelques remarques. En premier, la gestion des déchets semble être un facteur de plus en plus discuté. En 2006, seulement 5 entreprises en font mention et en 2011, il en a 14. Il est difficile de savoir pourquoi. Il est possible que la plupart des entreprises sensibles à l'environnement, gérant souvent des déchets qui peuvent être dangereux, débutent par la gestion des déchets lorsqu'elles veulent mettre en place un processus de communication verte.

On peut constater la même chose lorsqu'elles déclarent l'environnement comme une des priorités. Cet item est passé de 4 éléments en 2006 à 11 éléments en 2011. Ceci peut être normal. La légitimation étant à la hausse chaque année, il est normal que les firmes aient commencé par ce point. Indiquer que l'on doit s'occuper de l'environnement est un geste gratuit qui ne prend pas un effort. Il est plus difficile de parler d'investissement et d'initiatives. Pour parler d'initiatives ou d'investissement, il faut en faire. Pour parler de priorité, nous n'avons pas besoin de faire de geste concret. En deuxième, la citation de document (article des journaux, livres, etc.) et la mention de groupes parlant de sa gestion environnementale sont les éléments les moins soulignés. Les entreprises ne semblent pas vouloir parler des autres. Il y a peut-être une entrave causée par les médias, car pour mentionner le discours des autres envers vous, il faut qu'on parle de nous. Beaucoup d'entreprises de notre échantillon sont des petites et moyennes entreprises et beaucoup n'ont donc pas de grande couverture médiatique. En troisième, les aspects les plus rapportés sont les réglementations environnementales, les risques environnementaux et les investissements environnementaux. Les réglementations, les risques et les investissements autres qu'environnementaux sont de toute manière très largement discutés dans les rapports annuels. Les lois environnementales sont souvent abordées dans la section des risques et la vaste majorité des rapports annuels ont une note sur les risques. Quant aux investissements, les états financiers dans le rapport annuel en sont remplis. Il est donc banal que ces éléments du discours environnemental s'y trouvent.

CHAPTIRE IV

CONCLUSION

L'étude avait pour but de vérifier si la taxe carbone avait affecté le discours sur le développement durable des rapports annuels des entreprises britanno-colombiennes. Nous avons démontré qu'une augmentation du discours environnemental a été plus forte entre 2008 et 2009 soit immédiatement après l'implantation de la taxe. Par la suite, il y a eu une continuité et donc, une institutionnalisation de la pratique de communication verte.

4.1 Les apports

Comme avancée, nous croyons avoir apporté plusieurs éléments. Primo, notre recherche est l'une des rares études microéconomiques portant sur la taxe carbone. En effet, nous avons spécifié qu'il semble qu'elle soit, à notre connaissance, la seule étude publiée microéconomique parlant de cette disposition fiscale. Secundo, les études de communication environnementale des rapports annuels ont tendance à faire des études sur une année. Peu le font sur une période. Les études sur une seule année peuvent être biaisées puisque nous venons de démontrer qu'une taxe carbone peut changer la donne. Nous espérons voir plus d'études qui toucheront sur plusieurs années et nous croyons que les chocs ou événements devront être étudiés. La théorie de la légitimité doit être vue avec la théorie institutionnelle. Le choc étant vu par la théorie de la légitimité et le retour au calme par la théorie institutionnelle. Tertio, notre analyse comparative était sommaire, puisque nous nous concentrons sur la régression linéaire, mais elle peut apporter certaines idées. En effet, il serait intéressant d'analyser comment le discours environnemental se modifie par ces éléments et non seulement par son intensité.

4.2 Les limites

Ce mémoire a certainement ses limites. En premier lieu, l'échantillon contient des entreprises qui ont certainement des activités en Colombie-Britannique, mais elles ont aussi des activités dans d'autres régions administratives. La taxe carbone n'a donc pas son effet sur 100% des activités de la compagnie. De plus, nous avons choisi dans ce mémoire trente entreprises, puisque le temps et les ressources manquaient. Ayant plus de 150 observations, elle est statistiquement acceptée, mais elle aurait pu bénéficier d'une plus grande robustesse si on avait pu prendre toutes les compagnies. En deuxième lieu, bien que notre méthode pour évaluer la communication environnementale soit conforme, elle aurait pu être améliorée. Par exemple, on aurait pu différencier le discours « mou » (indiquer que l'environnement est une priorité, expliquer qu'on cherche à s'améliorer) du discours « dur » (chiffrer des objectifs, expliquer l'implantation de nouvelle activité). De plus, il aurait été bien de pousser l'analyse comparative. En troisième lieu, il aurait été intéressant de faire la comparaison avec d'autres provinces. En vérifiant avec d'autres provinces, nous aurions pu voir si l'augmentation entre 2008-2009 est un phénomène strictement britanno-colombien.

4.3 Les recherches futures possibles

Une étude future pourrait être tout simplement une comparaison entre les provinces. Elles devront aussi pousser la comparaison entre les éléments et élargir l'échantillon. Il serait intéressant de voir le cas dans les autres pays qui ont voté une taxe carbone. La taxe carbone ne devrait pas être la seule mesure à étudier. Les mesures peuvent être sociales comme des lois de protection du travailleur et pourront observer la communication sociale. Enfin, des études qui intègrent des comparaisons avec la bourse carbone serait une autre avenue. Bref, l'avenir de la communication sociale et environnementale est plein de promesses.

APPENDICE A

LES 26 THÈMES ABORDÉS PAR LE SOMMET RIO+20 SELON OBJECTIF TERRE

- Élimination de la pauvreté
- Sécurité alimentaire et nutrition, et agriculture durable
- Eau et assainissement
- Énergie
- Développement durable du tourisme
- Modes de transport viables
- Villes et établissements humains viables
- Santé et population
- Promotion du plein emploi et de l'emploi productif, du travail décent pour tous et de la protection sociale
- Océans et mers
- Petits États insulaires en développement (PIED)
- Pays les moins avancés (PMA)
- Pays en développement sans littoral
- Afrique
- Actions régionales
- Réduction des risques de catastrophe
- Changements climatiques
- Forêts
- Biodiversité
- Désertification, dégradation des terres et sécheresse
- Montagnes
- Produits chimiques et déchets
- Consommation et production durables
- Industries extractives
- Éducation
- Égalité des sexes et autonomisation des femmes

Source: Objectif terre (2012)

APPENDICE B

ESTIMATED EMISSIONS REDUCTIONS IN JURISDICTIONS WITH CARBON TAXES

Jurisdiction	Start date	Change in CO ₂ emissions
Finland	1990	Emissions were 7% lower in 1998 than they would have been without a tax
Netherlands	1990	Emissions were expected to be reduced by 1.7–2.7 million metric tonnes CO ₂ annually in 2000. In covered sectors, emissions were expected to be reduced by approximately 5%
Norway	1991	Emissions increased by 15% – and GDP increased by 70% – from 1991 to 2008
Sweden	1991	Emissions were reduced by about 15% from 1990 to 1996 because of the carbon tax Emissions decreased by 9% from 1990 to 2006 Emissions decreased by more than 40% from the mid-1970s to
Denmark	1992	Emissions decreased by 15% per capita from 1990 to 2005
United Kingdom	2001	Emissions decreased by more than 58 million metric tonnes CO ₂ from 2001 to 2005 Emissions are expected to be reduced by 12.8 million metric tonnes CO ₂ per year (15% of commercial and public sector energy demand) in 2010 because of the CCL
Boulder, CO	2007	Emissions in 2007 and 2008 decreased from 2006 levels. Greatest reductions due to programmes funded by the carbon tax: -Renewable energy activities (60,000 metric tonnes CO ₂ e) -Transportation (33,000 metric tonnes CO ₂ e) -Energy efficiency (6,700 metric tonnes CO ₂ e)
Quebec	2007	Emissions were expected to be reduced by 11.2 million metric tonnes CO ₂ by 2012 due to the carbon tax.
British Columbia	2008	GHG emissions were expected to be reduced emissions by up to 3 million metric tonnes CO ₂ annually in 2020 due to the tax

Source : Sumner, Bird et Smith (2011, p.938)

APPENDICE C

LE MONTANT FIXÉ PAR TONNE DE CO₂ DE LA TAXE CARBONE EN COLOMBIE- BRITANNIQUE SELON LA PÉRIODE

Début de la période	Montant (par tonne de Co ₂ émis)
1 ^{er} juillet 2008	10 \$
1 ^{er} juillet 2009	15 \$
1 ^{er} juillet 2010	20 \$
1 ^{er} juillet 2011	25 \$
1 ^{er} juillet 2012	30 \$

Source : Ministère des petites entreprises et du revenu de la Colombie-Britannique (2008, p.4)

APPENDICE D

LE MONTANT DE LA TAXE CARBONE PAR TYPE DE CARBURANT

	1er juillet 2008	1er juillet 2009	1er juillet 2010	1er juillet 2011	1er juillet 2012
Gazoline	2.41 ¢/Litre	3.62 ¢/Litre	4.82 ¢/Litre	6.03 ¢/Litre	7.23 ¢/Litre
Mazout léger	2.76 ¢/Litre	4.14 ¢/Litre	5.52 ¢/Litre	6.90 ¢/Litre	8.28 ¢/Litre
Mazout lourd	3.11 ¢/Litre	4.67 ¢/Litre	6.22 ¢/Litre	7.78 ¢/Litre	9.33 ¢/Litre
Carburant aviation	2.45 ¢/Litre	3.68 ¢/Litre	4.90 ¢/Litre	6.13 ¢/Litre	7.35 ¢/Litre
Carburant aviation (jet fuel)	2.62 ¢/Litre	3.93 ¢/Litre	5.24 ¢/Litre	6.55 ¢/Litre	7.86 ¢/Litre
Kérosène	2.56 ¢/Litre	3.84 ¢/Litre	5.12 ¢/Litre	6.40 ¢/Litre	7.68 ¢/Litre
Naphta	2.55 ¢/Litre	3.83 ¢/Litre	5.10 ¢/Litre	6.38 ¢/Litre	7.65 ¢/Litre
Méthanol	1.09 ¢/Litre	1.64 ¢/Litre	2.18 ¢/Litre	2.73 ¢/Litre	3.27 ¢/Litre
Gaz naturel destiné à la vente	49.66 ¢/gigajoule	74.49 ¢/gigajoule	99.32 ¢/gigajoule	124.15 ¢/gigajoule	149.98 ¢/gigajoule
Gaz naturel brut	1.90 ¢/m ³	2.85 ¢/m ³	3.80 ¢/m ³	4.75 ¢/m ³	5.70 ¢/m ³
Propane	1.53 ¢/Litre	2.30 ¢/Litre	3.06 ¢/Litre	3.83 ¢/Litre	4.59 ¢/Litre
Butane	1.76 ¢/Litre	2.64 ¢/Litre	3.52 ¢/Litre	4.40 ¢/Litre	5.28 ¢/Litre
Éthane	0.98 ¢/Litre	1.47 ¢/Litre	1.96 ¢/Litre	2.45 ¢/Litre	2.94 ¢/Litre
Gaz raffiné	1.76 ¢/m ³	2.64 ¢/m ³	3.52 ¢/m ³	4.40 ¢/m ³	5.28 ¢/m ³
Gaz à cokerie	1.61 ¢/m ³	2.42 ¢/m ³	3.22 ¢/m ³	4.03 ¢/m ³	4.83 ¢/m ³
Charbon à faible valeur calorifique	17.72 \$/Tonne	26.58 \$/Tonne	35.44 \$/Tonne	44.30 \$/Tonne	53.16 \$/Tonne
Charbon à haute valeur calorifique	20.79 \$/Tonne	31.19 \$/Tonne	41.58 \$/Tonne	51.98 \$/Tonne	62.37 \$/Tonne
Charbon	24.87 \$/Tonne	37.31 \$/Tonne	49.74 \$/Tonne	62.18 \$/Tonne	74.61 \$/Tonne
Coke de pétrole	3.67 ¢/Litre	5.51 ¢/Litre	7.34 ¢/Litre	9.18 ¢/Litre	11.01 ¢/Litre
Pneus déchiquetés	23.91 \$/Tonne	35.87 \$/Tonne	47.82 \$/Tonne	59.78 \$/Tonne	71.73 \$/Tonne
Pneus complets	20.80 \$/Tonne	31.20 \$/Tonne	41.60 \$/Tonne	52.00 \$/Tonne	62.40 \$/Tonne
Tourbe	10.22 \$/Tonne	15.33 \$/Tonne	20.44 \$/Tonne	25.55 \$/Tonne	30.66 \$/Tonne

Source : Ministère des petites entreprises et du revenu de la Colombie-Britannique (2008, p.5)

APPENDICE E

EXTRAIT DU *BRITISH COLUMBIA CARBON TAX UPDATE – CARBON TAX ACT*
EXPLIQUANT LES EXEMPTIONS DE LA TAXE CARBONE

What is Not Taxable

Some fuels, or the use of some fuels in certain circumstances, are not subject to carbon tax. In these cases, either carbon tax will not be charged at the time of purchase, or, if charged, the carbon tax paid will be refundable. Examples include:

- biofuels and renewable energy, such as biodiesel, ethanol, biomass, pulping liquor and wood,
- fuel exported from British Columbia for use outside the province,
- fuel purchased in British Columbia by commercial air services:
 - o for use on routes that originate, or end, in British Columbia without any intervening stopovers in British Columbia, such as a flight from Vancouver to Hawaii, or
 - o for a portion of the fuel used on routes that include intervening stopovers in British Columbia (for example, for a flight from Victoria to Calgary with stopovers in Vancouver and Kamloops), on the portion of fuel not relating to the Victoria to Vancouver and Vancouver to Kamloops trips,
- fuel purchased in British Columbia by commercial marine services:
 - o for use by passenger-only cruise ships if used for a route that has a port of call outside of British Columbia, such as a cruise from Vancouver along the Inside Passage that includes a port of call in Alaska,
 - o for use by cargo ships or ships that carry both cargo and passengers on routes that originate, or end, in British Columbia without any intervening ports of call in British Columbia, such as a trip from Prince Rupert to Japan, or
 - o for a portion of the fuel used by cargo ships or ships that carry both cargo and passengers on routes that include intervening ports of call in British Columbia (for example, for a trip from Prince Rupert to Japan with a stop in Vancouver), on the portion of fuel not relating to the Prince Rupert to Vancouver trip,
- fuel used as part of the manufacturing process to facilitate the transformation of a product,
- fuel used as feedstock in the production of other products, such as petrochemicals or plastics,

- fuel brought into British Columbia in the supply tank of a non-commercial aircraft or ship that is used in the operation of the aircraft or ship,
- up to 182 litres of fuel brought into British Columbia in the supply tank, or supplemental supply tank, of non-commercial motor vehicles, British Columbia Carbon Tax
- certain fuel sold in small pre-packaged, sealed containers of four litres or less,
- fuel purchased on reserve by First Nations purchasers who qualify as Indians or bands under section 87 of the Indian Act (Canada), and
- fuel purchased by visiting military forces and members of the Diplomatic and Consular Corps.

Source : Ministère des petites entreprises et du revenu de la Colombie-Britannique (2008, p.6-7)

APPENDICE F

LISTE D'ENTREPRISES DONT L'ÉCHANTILLON FUT TIRÉ AU HASARD

A&W Revenue Royalties I.F.	Cabo Drilling
Abacus Mining & Exploration	Callinan Royalties
Absolute Software	Canaccord Financial
Acadian Timber	Canada Energy Partners
Adanac Molybdenum	Canada Zinc Metals
Afferro Mining	CanAlaska Uranium
Africa Oil	Candente Copper
Africo Resources	Canfor Corp.
Ainsworth Lumber Co.	Canfor Pulp Products
Alderon Iron Ore	Canickel Mining
Alexco Resource	Canlan Ice Sports
Almaden Minerals	CanWel Building Materials Grp
American Bonanza Gold	Capstone Mining
Amerigo Resources	Cardero Resource
Amica Mature Lifestyles	Cardiome Pharma
ATAC Resources	Catalyst Paper Corp.
Augusta Resource	Cayden Resources
Aura Minerals	Chesapeake Gold
Aurcana Corp.	China Gold International Resources
Aurizon Mines	CIBT Education Group
Avala Resources	Coast Wholesale Appliances
Avanti Mining	Coastal Contacts
Avcorp Industries	Commerce Resources
Avigilon	Concordia Resource
B2Gold Corp.	Conifex Timber
Ballard Power Systems	Coopers Park
Bear Creek Mining	Copper Mountain Mining
Boston Pizza Royalties IF	Coro Mining
Brazilian Gold	Crazy Horse Resources
British Columbia Ferry Services Inc.	Crosshair Energy
Bucking Horse Energy	Curis Resources
Day4 Energy Inc.	Huntingdon Capital
DDS Wireless International	Huntingdon REIT
Dynasty Metals & Mining	Impact Silver
East Asia Minerals	Imperial Metals
EastCoal Inc.	International Forest Products
Eastern Platinum Ltd.	International Tower Hill Mines
Eco Oro Minerals	Ivanhoe Energy

Eldorado Gold	Ivanhoe Mines
Elgin Mining	Keegan Resources
Endeavour Silver	Keg Royalties Income Fund
Energold Drilling	Kimber Resources
Entree Gold	Klondex Mines
Entreprises	Kobex Minerals
Eurasian Minerals	KWG Resources
Evolving Gold	Levon Resources
Exeter Resource	Lions Gate Entertainment
Farallon Mining Ltd.	LNG Energy
Finning International	Los Andes Copper
First Majestic Silver	Lucara Diamond
First Quantum Minerals	Lululemon Athletica Inc.
Formation Metals	Macro Enterprises
Fortress Paper	Madison Pacific Properties
Fortuna Silver	MAG Silver Corp.
Freegold Ventures	MDA Ltd.
Glacier Media	Mercator Minerals
Glentel Inc.	Methanex Corp.
GLG Life Tech	Midas Gold
Gold Canyon Resources	Minco Silver
Goldcorp Inc.	Monument Mining
Golden Predator	Nautilus Minerals
Goldgroup Mining	NEMI Northern Energy & Mining
Granville Pacific Capital	Nevada Copper
Great Basin Gold	Nevada Geothermal Power
Great Canadian Gaming	Nevsun Resources
Great Panther Silver	New Gold Inc.
GVIC Communications	New Pacific Metals
Hanwei Energy Services	NGEx Resources
Hardwoods Distribution Income	Norsat International
HSBC Bank Canada	North American Tungsten Corp.
Northern Dynasty Minerals	Selwyn Resources
NovaDx Ventures	Shamaran Petroleum
NovaGold Resources	Sierra Wireless
Oceanic Iron Ore	Silver Standard Resources
Pacific Insight	Silver Wheaton
Pacific Northern Gas Ltd.	Silvercorp Metals
Pan American Silver	SilverCrest Mines

Panoro Minerals
Paragon Pharmacies
Partners REIT
Peer 1 Network Enterprises
Petaquilla Minerals
Pilot Gold
Platinum Group Metals
PNI Digital Media Inc.
Polaris Minerals
Polymet Mining
Powertech Uranium
Premium Brands Holdings
Pretium Resources
Primero Mining
Prodigy Gold
Prophecy Coal
Prophecy Platinum
PRT Forest Regeneration IF
PRT Growing Services
Pure Industrial REIT
QLT Inc.
Quaterra Resources
Radiant Communications Corp
Redhawk Resources
Rio Alto Mining
Ritchie Bros. Auctioneers
Rockwell Diamonds
Rogers Sugar
Rubicon Minerals
Sabina Gold & Silver
Sacre-Coeur Minerals
Sandstorm Metals & Energy
Western Forest Products
Western Potash
Western Wind Energy
WesternOne Equity IF
Westport Innovations
Westshore Terminals Investment
Whistler Blackcomb Holdings

Silvermex Resources
Sirocco Mining
South American Silver
SouthGobi Resources
Spanish Mountain Gold
Starcore International Mines
Sterling Shoes IF
Strategic Metals
Strathmore Minerals
Sun-Rype Products
Sunward Resources
TAG Oil
Taiga Building Products
Tanzanian Royalty Exploration
Taseko Mines
Teck Resources
Telus Corp.
Ten Peaks Coffee Company Inc.
Timmins Gold
TIO Networks Corp.
Tree Island Wire Income Fund
Trevali Mining
Tyhee Gold
UEX Corp.
Vecima Networks
Village Farms International
Virginia Energy Resources
Wall Financial
WebTech Wireless
West Fraser Timber Co.
Westcoast Energy
Western Copper and Gold

Wildcat Silver

Woulfe Mining

Yalian Steel

Yellowhead Mining

Yukon-Nevada Gold

Zongshen PEM Power Systems

APPENDICE G

LISTE D'ENTREPRISES ET RÉSULTAT DU TIRAGE AU SORT

Entreprises	Le résultat du tirage au sort	La raison du rejet
Coastal Contacts	0,994047651	Non rejeté
Minco Silver	0,98987858	Aucune activité en Colombie Britannique
Prophecy Coal	0,987047901	Non rejeté
Adanac Molybdenum	0,979274196	un ou des Rapport(s) annuel(s) sont non disponibles
Avanti Mining	0,974598463	Un ou des Rapport(s) annuel(s) sont non disponibles
First Quantum Minerals	0,970658102	Aucune activité en Colombie Britannique
Hardwoods Distribution Income Fund	0,96725196	Non rejeté
Catalyst Paper Corp.	0,966027633	Non rejeté
Imperial Metals	0,961766155	Non rejeté
Shamaran Petroleum	0,961735595	Aucune activité en Colombie Britannique
Fortuna Silver	0,96129641	Aucune activité en Colombie Britannique
Aurizon Mines	0,961123821	Aucune activité en Colombie Britannique
Canfor Corp.	0,948496342	Non rejeté
Canaccord Financial	0,945301356	Non rejeté
Copper Mountain Mining	0,944530628	Un ou des Rapport(s) annuel(s) sont non disponibles
Alderon Iron Ore	0,943981004	Aucune activité en Colombie Britannique
Coast Wholesale Appliances	0,941878634	Non rejeté
Western Wind Energy	0,940350532	Aucune activité en Colombie Britannique
Canfor Pulp Products	0,933266507	Éliminée, car il appartient à Carfor Inc.
Day4 Energy Inc.	0,929933739	Un ou des Rapport(s) annuel(s) sont non disponibles
CanAlaska Uranium	0,924628695	Aucune activité en Colombie Britannique
Westshore Terminals Investment	0,919015346	Non rejeté
PNI Digital Media Inc.	0,917202714	Non rejeté
Evolving Gold	0,917051573	Aucune activité en Colombie Britannique
Ten Peaks Coffee Company Inc.	0,911133524	Non rejeté
EastCoal Inc.	0,908238359	Aucune activité en Colombie Britannique
Quaterra Resources	0,907829238	Aucune activité en Colombie Britannique
Sacre-Coeur Minerals	0,895764941	Aucune activité en Colombie Britannique
Polymet Mining	0,894404248	Aucune activité en Colombie Britannique

Impact Silver	0,888160297	Aucune activité en Colombie Britannique
Rockwell Diamonds	0,882063828	Aucune activité en Colombie Britannique
Macro Enterprises	0,876777273	Non rejeté
South American Silver	0,869617039	Aucune activité en Colombie Britannique
Northern Dynasty Minerals	0,869063308	Aucune activité en Colombie Britannique
PRT Growing Services	0,868486436	Non rejeté
WebTech Wireless	0,861383744	Non rejeté
Pure Industrial REIT	0,857953715	Un ou des Rapport(s) annuel(s) sont non disponibles
Radiant Communications Corp	0,8572519	Non rejeté
Powertech Uranium	0,851882768	Aucune activité en Colombie Britannique
Glacier Media	0,85177119	Non rejeté
Rogers Sugar	0,847188062	Non rejeté
Abacus Mining & Exploration	0,844794108	Non rejeté
Hanwei Energy Services	0,838849483	Aucune activité en Colombie Britannique
TIO Networks Corp.	0,836227094	Non rejeté
Crazy Horse Resources	0,832975681	Aucune activité en Colombie Britannique
Gold Canyon Resources	0,832930308	Aucune activité en Colombie Britannique
Western Potash	0,83124237	Aucune activité en Colombie Britannique
Boston Pizza Royalties IF	0,828037387	Non rejeté
Almaden Minerals	0,827954159	Non rejeté
International Forest Products	0,824983176	Non rejeté
Callinan Royalties	0,818270717	Non rejeté
Capstone Mining	0,816773972	Non rejeté
UEX Corp.	0,811777352	Aucune activité en Colombie Britannique
Selwyn Resources	0,804702018	Aucune activité en Colombie Britannique
Eco Oro Minerals	0,801992837	Aucune activité en Colombie Britannique
Westport Innovations	0,801370969	Non rejeté
Lions Gate Entertainment	0,800576485	Non rejeté
Amica Mature Lifestyles	0,787552133	Non rejeté
Farallon Mining Ltd.	0,786199324	un ou des Rapport(s) annuel(s) sont non disponibles
Whistler Blackcomb Holdings	0,786073041	un ou des Rapport(s) annuel(s) sont non disponibles
Nevsun Resources	0,785536362	Aucune activité en Colombie Britannique
Eurasian Minerals	0,779963093	Aucune activité en Colombie Britannique

Cabo Drilling	0,772685313	Non rejeté
Aurcana Corp.	0,770004356	Aucune activité en Colombie Britannique
Sun-Rype Products	0,767323757	Non rejeté
Exeter Resource	0,76386792	Aucune activité en Colombie Britannique
Western Copper and Gold	0,762120755	Aucune activité en Colombie Britannique
Sirocco Mining	0,755837136	Aucune activité en Colombie Britannique
Ivanhoe Mines	0,749054191	Aucune activité en Colombie Britannique
Silver Wheaton	0,747217193	Aucune activité en Colombie Britannique
Endeavour Silver	0,741407084	Aucune activité en Colombie Britannique
Monument Mining	0,740291073	Aucune activité en Colombie Britannique
Tree Island Wire Income Fund	0,727643388	Non rejeté
New Gold Inc.	0,724880452	
Canada Zinc Metals	0,714115932	
Ballard Power Systems	0,713585787	
Canickel Mining	0,713515169	
East Asia Minerals	0,708662515	
Aura Minerals	0,708242853	
Nevada Copper	0,707798056	
New Pacific Metals	0,707290776	
Kimber Resources	0,707280354	
Panoro Minerals	0,705130228	
Eldorado Gold	0,704172153	
KWG Resources	0,702494458	
QLT Inc.	0,701748225	
Pan American Silver	0,700980653	
Avala Resources	0,692017621	
Yalian Steel	0,685902491	
Nautilus Minerals	0,683372989	
Mercator Minerals	0,681584056	
Klondex Mines	0,675305239	
Golden Predator	0,665108025	
Alexco Resource	0,660306308	
Avigilon	0,659478588	
Canada Energy Partners	0,649997563	
Coro Mining	0,648456244	
Bucking Horse Energy	0,646754157	
Los Andes Copper	0,642349102	
Prodigy Gold	0,637582561	
Afferro Mining	0,618908104	
Glentel Inc.	0,615024043	
Crosshair Energy	0,612913682	

Huntingdon REIT	0,610062023	
Spanish Mountain Gold	0,604962984	
Primero Mining	0,604360399	
Redhawk Resources	0,60039766	
Fortress Paper	0,595037837	
Eastern Platinum Ltd.	0,586211077	
Bear Creek Mining	0,570098388	
Premium Brands Holdings	0,564148028	
Avcorp Industries	0,560338287	
Cardiome Pharma	0,559604546	
MDA Ltd.	0,559429536	
Starcore International Mines	0,549190977	
Strathmore Minerals	0,544053823	
GLG Life Tech	0,541957624	
Silvercorp Metals	0,535157383	
Great Panther Silver	0,527821531	
Teck Resources	0,52495352	
Chesapeake Gold	0,522930161	
Petaquilla Minerals	0,519663291	
Lululemon Athletica Inc.	0,510789314	
NEMI Northern Energy & Mining	0,507037977	
Polaris Minerals	0,482475359	
West Fraser Timber Co.	0,479542564	
Prophecy Platinum	0,478230712	
Timmins Gold	0,471102046	
SouthGobi Resources	0,466337741	
Coopers Park	0,465027431	
Virginia Energy Resources	0,454752147	
American Bonanza Gold	0,451747128	
Finning International	0,447667176	
CIBT Education Group	0,447391208	
Wildcat Silver	0,445176469	
Western Forest Products	0,444115017	
Yukon-Nevada Gold	0,432683068	
Tanzanian Royalty Exploration	0,426472909	
Cardero Resource	0,424103606	
Pacific Insight	0,423696919	
Sandstorm Metals & Energy	0,423230485	
Sabina Gold & Silver	0,419674099	
Midas Gold	0,414129689	
Brazilian Gold	0,413641997	
TAG Oil	0,41135226	
Ainsworth Lumber Co.	0,411076836	
WesternOne Equity IF	0,405165299	
NovaDx Ventures	0,398838024	
Woulfe Mining	0,396379719	
SilverCrest Mines	0,394230304	
PRT Forest Regeneration IF	0,393850765	
CanWel Building Materials Grp	0,391448508	

Taiga Building Products	0,38791874	
Candente Copper	0,386768532	
Canlan Ice Sports	0,385559486	
DDS Wireless International	0,380365219	
Great Canadian Gaming	0,372586573	
Taseko Mines	0,371216748	
Huntingdon Capital	0,36327721	
Entree Gold	0,358268416	
Acadian Timber	0,327218934	
Energold Drilling	0,326284653	
Rio Alto Mining	0,324612525	
Cayden Resources	0,318404432	
Peer 1 Network Enterprises	0,311560487	
GVIC Communications	0,308327172	
Goldcorp Inc.	0,304835276	
Conifex Timber	0,302826252	
Goldgroup Mining	0,301267757	
First Majestic Silver	0,292123469	
Village Farms International	0,291523386	
HSBC Bank Canada	0,281276326	
Methanex Corp.	0,274431961	
Sterling Shoes IF	0,272078144	
Granville Pacific Capital	0,271459092	
British Columbia Ferry Services Inc.	0,270700758	
Africa Oil	0,269386158	
Lucara Diamond	0,268148674	
Kobex Minerals	0,264928935	
LNG Energy	0,260357355	
Strategic Metals	0,250866049	
Norsat International	0,246336251	
Curis Resources	0,23993401	
NovaGold Resources	0,239675372	
Freegold Ventures	0,237211779	
NGEx Resources	0,229574053	
Elgin Mining	0,221501331	
Zongshen PEM Power Systems	0,209389875	
A&W Revenue Royalties I.F.	0,190615876	
Vecima Networks	0,176171339	
Pilot Gold	0,166583033	
Oceanic Iron Ore	0,163338467	
Levon Resources	0,151721074	
Africo Resources	0,142582432	
Trevali Mining	0,138076201	
Sierra Wireless	0,137706283	
Paragon Pharmacies	0,123844906	
Rubicon Minerals	0,10999665	
MAG Silver Corp.	0,106653913	
Great Basin Gold	0,099898696	

North American Tungsten Corp.	0,094968475	
Concordia Resource	0,090562762	
Keegan Resources	0,088995796	
Amerigo Resources	0,08131407	
Westcoast Energy	0,077839035	
Wall Financial	0,075423804	
International Tower Hill Mines	0,072365445	
Formation Metals	0,065367656	
Dynasty Metals & Mining	0,064697613	
Silvermex Resources	0,055503413	
Keg Royalties Income Fund	0,054886167	
Platinum Group Metals	0,054599135	
B2Gold Corp.	0,053183315	
Absolute Software	0,052005563	
Augusta Resource	0,042079278	
ATAC Resources	0,041730305	
Telus Corp.	0,039263858	
Pretium Resources	0,037038433	
Commerce Resources	0,035439494	
Sunward Resources	0,032382642	
Tyhee Gold	0,024290668	
Ivanhoe Energy	0,019578794	
Partners REIT	0,017891277	
Nevada Geothermal Power	0,017599194	
Madison Pacific Properties	0,013690761	
China Gold International Resources	0,012559254	
Yellowhead Mining	0,008416601	
Ritchie Bros. Auctioneers	0,008039241	
Pacific Northern Gas Ltd.	0,001409459	
Silver Standard Resources	0,000094979	

Note : Les entreprises non rejetées font partie de notre échantillon. La vérification a cessé avec New Gold Inc., puisque nous avons notre échantillon complet de 30 entreprises à partir de cette firme. Les autres firmes furent donc rejetées, car nous avons complété notre échantillon.

APPENDICE H

LISTE DES ENTREPRISES DE NOTRE ÉCHANTILLON

Abacus Mining & Exploration
Almaden Minerals
Amica Mature Lifestyles
Boston Pizza Royalties IF
Cabo Drilling
Callinan Royalties
Canaccord Financial
Canfor Corp.
Capstone Mining
Catalyst Paper Corp.
Coast Wholesale Appliances
Coastal Contacts
Glacier Media
Hardwoods Distribution Income Fund
Imperial Metals

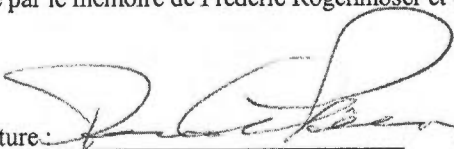
International Forest Products
Lions Gate Entertainment
Macro Enterprises
PNI Digital Media Inc.
Prophecy Coal
PRT Growing Services
Radiant Communications Corp
Rogers Sugar
Sun-Rype Products
Ten Peaks Coffee Company Inc.
TIO Networks Corp.
Tree Island Wire Income Fund
WebTech Wireless
Westport Innovations
Westshore Terminals Investment

APPENDICE I

DOCUMENT D'ATTESTATION DE LA CONFORMITÉ DE LA PIGE AU HASARD DU
DIRECTEUR DE MÉMOIRE

Protocole de la pige au hasard :

Je, Daniel Clapin-Pépin, atteste avoir été témoin de la pige au hasard en Excel de l'échantillon utilisé par le mémoire de Frédéric Rogenmoser et que le tirage au hasard est conforme.

Signature :  Date : 13 août 2012

APPENDICE J

GRILLE D'ÉVALUATION DE L'INTENSITÉ DE LA COMMUNICATION ENVIRONNEMENTALE

Nous évaluons la variable Communication_environnementale en calculant le nombre d'éléments qui se trouvent dans le rapport annuel. Voici les éléments en question :

Éléments

1) Le rapport annuel parle de réglementation, de lois environnementales, de prérequis environnementaux (étude environnementale) ou permis environnementaux
2) Le rapport parle de recyclage au sein de son entreprise
3) La lettre du président, de la direction ou d'un vice-président parle d'environnement
4) Le rapport parle de sujet en lien à un ou des problèmes légaux en rapport à l'environnement
5) Le rapport annuel parle de l'impact environnemental ou performance environnementale
6) Le rapport annuel parle des risques environnementaux de l'entreprise
7) Le rapport parle de certification environnementale que l'entreprise a obtenue
8) Le rapport parle de certification environnementale que l'entreprise vise obtenir
9) Le rapport indique au moins une initiative environnementale à accomplir dans le futur
10) Le rapport indique au moins une initiative environnementale accomplie durant l'année en cours
11) Le rapport indique au moins une initiative environnementale accomplie durant les années passées
12) Le rapport indique au moins un prix environnemental ou une reconnaissance de sa bonne gestion Environnementale
13) Le rapport cite au moins une personne ou un groupe parlant de sa gestion environnementale
14) Le rapport parle d'au moins un document (ex. : article de journal, livre) parlant de sa gestion environnementale.
15) Le rapport indique qu'il supporte au moins une personne ou un groupe qui se porte à la défense de la cause Environnementale
16) Le rapport indique que l'entreprise a au moins un comité environnemental
17) Le rapport indique les responsabilités du comité environnemental
18) Le rapport parle des formations environnementales données aux employés ou indique offrir un environnement sain et sécuritaire aux employés
19) Le rapport parle des rejets ou des réductions réalisées ou a réalisé de polluant
20) Le rapport parle des frais ou investissements environnementaux
21) Le rapport parle des économies ou argent reçu grâce à la gestion environnementale
22) Le rapport parle des technologies environnementales qu'il utilise ou qu'il a utilisées
23) Le rapport parle de l'impact environnemental de sa gestion de ces transports
24) Le rapport indique au moins une statistique ou chiffre en rapport à sa gestion environnementale
25) Le rapport utilise au moins un graphique en lien à l'environnement
26) Le rapport indique qu'il a ou va engager au moins expert en environnement
27) Le rapport parle de son impact sur la biodiversité
28) Le rapport parle de sa gestion des ressources naturelles
29) Le rapport parle de sa gestion de l'eau
30) Le rapport annuel indique fabriquer ou vendre des produits ou des services dans le respect de l'environnement

31) Le rapport parle des sources vertes d'énergies qu'il utilise
32) Le rapport parle d'une technologie verte qu'il a créée
33) Le rapport annuel indique utiliser des produits ou des services respectueux l'environnement
34) L'entreprise indique qu'il a fait un rapport ou une étude environnementale ou explique utiliser un "reporting" vert (Exemple GRI)
35) Le rapport indique que l'environnement est une priorité ou est important
36) Le rapport explique que l'entreprise admet ou est concernée par les problèmes environnementaux
37) Le rapport parle de sa gestion des déchets

APPENDICE K

LA MÉTHODE DE CALCUL DE LA QUANTITÉ DE POLLUANT REJETÉ

Pour calculer la quantité de polluant rejeté, nous avons utilisé les données de l'Inventaire national des rejets de polluants fournis par Environnement Canada. On y répertorie toutes les installations des entreprises et les rejets de polluants qu'elles ont produits. Une entreprise peut avoir plusieurs installations que nous avons dû repérer. On a donc additionné la quantité de polluants de chaque installation. Pour l'évaluation d'une installation nous avons utilisé les trois tableaux donnés par l'Inventaire national des rejets de polluants. Le premier tableau se nomme Déclaration des substances (sans les principaux contaminants atmosphériques). En voici un exemple soit celle d'une installation de la corporation Canfor :

Substance	No. de CAS	Rejets sur place				Élimination		Transferts hors site pour recyclage	Unités
		Air	Eau	Sol	Total	sur place	hors site		
		détails				Détails		détails	
Méthanol	67-56-1	13	0,325	-	13	-	0,001	-	tonnes
Nitrate (ion en sol. à un pH de ≥ 6.0)	NA - 17	-	24	-	24	-	0,157	-	tonnes
Phosphore (total)	NA - 22	-	16	-	16	0	45	-	tonnes

Nous additionnons ici la quantité de rejet sur place total avec les éliminations sur place et hors site et avec les transferts hors site pour recyclage de tous les produits. Le tout est converti en tonne. La quantité donnée en kilo est donc divisée par 1000 puisque 1000 kilos donnent une tonne et la quantité en gramme est divisée par un million puisque 1 million de grammes donnent une tonne. Dans ce cas, nous aurions donc 98,483 tonnes ($13 + 24 + 16 + 0,001 + 0,157 + 45$).

Le deuxième tableau nommé Déclaration des principaux contaminants atmosphériques (PCA). Voici l'exemple de la même installation à la page suivante.

Substance	No. de CAS	Rejets dans l'air (émissions) en tonnes Cette installation Année – 2010	Toutes les installations déclarant à l'INRP Année - 2010	Émissions nationales de PCA sans sources naturelles Année - 2010
PM - Particules totales	NA - M08	125	344436	18689330
PM10 - Matière particulaire <= 10 microns	NA - M09	124	143812	5856318
Oxydes d'azote (exprimés en NO2)	11104-93-1	49	672754	2065713
Monoxyde de carbone	630-08-0	36	917236	8741633
Composés organiques volatils (COV)	NA - M16	31	250432	2083119

Nous ajoutons ici que les chiffres de la colonne Rejets dans l'air (émissions) en tonnes Cette installation Année - 2010. On aurait 365 tonnes de rejets de polluant.

Finalement, le dernier tableau dénommé Émissions de gaz à effet de serre (GES), en voici un exemple encore de cette installation à la page suivante.

Nous avons pris ici le total en tonnes en équivalent CO₂ ce qui donne 60 706 tonnes. Avec ces trois nombres provenant des trois tableaux nous arrivons à un rejet de 61 169,483 tonnes. On ajoutera ce chiffre à toutes les installations de la même année. C'est ainsi qu'on obtiendra la valeur Q en quantité pour ainsi calculer avec le logarithme du chiffre d'affaires de la performance environnementale.

Gaz	Somme (tonnes)	Somme (tonnes en équivalent CO ₂)
CO ₂	60294,56	60295
CH ₄	1,2	25
N ₂ O	1,24	386
HFC		
PFC		
SF ₆		
Total:		60706

APPENDICE L

LE SCORE DE L'INTENSITÉ DE LA COMMUNICATION ENVIRONNMENTALE DES
TRENTÉ ENTREPRISES DE L'ÉCHANTILLON ENTRE 2006 ET 2011

Entreprise	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Coastal Contacts	0	0	0	0	0	0
Prophecy Coal	11	6	3	4	4	4
Tree Island Wire Income Fund	6	5	5	4	4	3
Hardwoods Distribution Income Fund	0	0	3	3	0	4
Catalyst Paper Corp.	36	37	36	32	33	23
Imperial Metals	11	8	6	5	6	6
Canfor Corp.	32	31	30	28	25	25
Canaccord Financial	3	3	3	3	4	4
Coast Wholesale Appliances	3	3	4	4	3	2
Westshore Terminals Investment	0	0	1	1	1	1
PNI Digital Media Inc.	0	0	0	0	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	13	15	13	4	4	4
Macro Enterprises	2	2	2	2	2	2
PRT Growing Services	18	18	15	14	10	8
WebTech Wireless	12	11	7	1	1	0
Radiant Communications Corp	4	4	4	4	0	0
Glacier Media	2	2	4	4	4	5
Rogers Sugar	10	10	8	8	9	8
Abacus Mining & Exploration	11	7	8	5	5	3
TIO Networks Corp.	1	1	1	1	0	0
Boston Pizza Royalties IF	1	1	1	1	1	1
Almaden Minerals	4	4	3	3	3	5
International Forest Products	24	21	19	17	18	16
Callinan Royalties	5	5	5	5	5	5
Capstone Mining	13	12	11	8	0	1
Westport Innovations	26	25	27	24	24	17
Lions Gate Entertainment	0	0	1	1	0	0
Amica Mature Lifestyles	6	6	6	7	6	6
Cabo Drilling	10	8	9	7	6	7
Sun-Rype Products	7	7	4	4	4	4

APPENDICE M

LES DONNÉES DE LA RÉGRESSION LINÉAIRE

Entreprises	Années (Valeur de t)	Communication_ environnementale _t	Communication_ environnementale _{t-1}
Coastal Contacts	2011	0	0
Prophecy Coal	2011	11	6
Tree Island Wire Income Fund	2011	6	5
Hardwoods Distribution Income Fund	2011	0	0
Catalyst Paper Corp.	2011	36	37
Imperial Metals	2011	11	8
Canfor Corp.	2011	32	31
Canaccord Financial	2011	3	3
Coast Wholesale Appliances	2011	3	3
Westshore Terminals Investment	2011	0	0
PNI Digital Media Inc.	2011	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2011	13	15
Macro Enterprises	2011	2	2
PRT Growing Services	2011	18	18
WebTech Wireless	2011	12	11
Radiant Communications Corp	2011	4	4
Glacier Media	2011	2	2
Rogers Sugar	2011	10	10
Abacus Mining & Exploration	2011	11	7
TIO Networks Corp.	2011	1	1
Boston Pizza Royalties IF	2011	1	1
Almaden Minerals	2011	4	4
International Forest Products	2011	24	21
Callinan Royalties	2011	5	5
Capstone Mining	2011	13	12
Westport Innovations	2011	26	25
Lions Gate Entertainment	2011	0	0
Amica Mature Lifestyles	2011	6	6
Cabo Drilling	2011	10	8
Sun-Rype Products	2011	7	7
Coastal Contacts	2010	0	0
Prophecy Coal	2010	6	3
Tree Island Wire Income Fund	2010	5	5
Hardwoods Distribution Income Fund	2010	0	3
Catalyst Paper Corp.	2010	37	36
Imperial Metals	2010	8	6
Canfor Corp.	2010	31	30
Canaccord Financial	2010	3	3
Coast Wholesale Appliances	2010	3	4

Westshore Terminals Investment	2010	0	1
PNI Digital Media Inc.	2010	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2010	15	13
Macro Enterprises	2010	2	2
PRT Growing Services	2010	18	15
WebTech Wireless	2010	11	7
Radiant Communications Corp	2010	4	4
Glacier Media	2010	2	4
Rogers Sugar	2010	10	8
Abacus Mining & Exploration	2010	7	8
TIO Networks Corp.	2010	1	1
Boston Pizza Royalties IF	2010	1	1
Almaden Minerals	2010	4	3
International Forest Products	2010	21	19
Callinan Royalties	2010	5	5
Capstone Mining	2010	12	11
Westport Innovations	2010	25	27
Lions Gate Entertainment	2010	0	1
Amica Mature Lifestyles	2010	6	6
Cabo Drilling	2010	8	9
Sun-Rype Products	2010	7	4
Coastal Contacts	2009	0	0
Prophecy Coal	2009	3	4
Tree Island Wire Income Fund	2009	5	4
Hardwoods Distribution Income Fund	2009	3	3
Catalyst Paper Corp.	2009	36	32
Imperial Metals	2009	6	5
Canfor Corp.	2009	30	28
Canaccord Financial	2009	3	3
Coast Wholesale Appliances	2009	4	4
Westshore Terminals Investment	2009	1	1
PNI Digital Media Inc.	2009	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2009	13	4
Macro Enterprises	2009	2	2
PRT Growing Services	2009	15	14
WebTech Wireless	2009	7	1
Radiant Communications Corp	2009	4	4
Glacier Media	2009	4	4
Rogers Sugar	2009	8	8
Abacus Mining & Exploration	2009	8	5
TIO Networks Corp.	2009	1	1
Boston Pizza Royalties IF	2009	1	1
Almaden Minerals	2009	3	3
International Forest Products	2009	19	17

Callinan Royalties	2009	5	5
Capstone Mining	2009	11	8
Westport Innovations	2009	27	24
Lions Gate Entertainment	2009	1	1
Amica Mature Lifestyles	2009	6	7
Cabo Drilling	2009	9	7
Sun-Rype Products	2009	4	4
Coastal Contacts	2008	0	0
Prophecy Coal	2008	4	4
Tree Island Wire Income Fund	2008	4	4
Hardwoods Distribution Income Fund	2008	3	0
Catalyst Paper Corp.	2008	32	33
Imperial Metals	2008	5	6
Canfor Corp.	2008	28	25
Canaccord Financial	2008	3	4
Coast Wholesale Appliances	2008	4	3
Westshore Terminals Investment	2008	1	1
PNI Digital Media Inc.	2008	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2008	4	4
Macro Enterprises	2008	2	2
PRT Growing Services	2008	14	10
WebTech Wireless	2008	1	1
Radiant Communications Corp	2008	4	0
Glacier Media	2008	4	4
Rogers Sugar	2008	8	9
Abacus Mining & Exploration	2008	5	5
TIO Networks Corp.	2008	1	0
Boston Pizza Royalties IF	2008	1	1
Almaden Minerals	2008	3	3
International Forest Products	2008	17	18
Callinan Royalties	2008	5	5
Capstone Mining	2008	8	0
Westport Innovations	2008	24	24
Lions Gate Entertainment	2008	1	0
Amica Mature Lifestyles	2008	7	6
Cabo Drilling	2008	7	6
Sun-Rype Products	2008	4	4
Coastal Contacts	2007	0	0
Prophecy Coal	2007	4	4
Tree Island Wire Income Fund	2007	4	3
Hardwoods Distribution Income Fund	2007	0	4
Catalyst Paper Corp.	2007	33	23
Imperial Metals	2007	6	6
Canfor Corp.	2007	25	25

Canaccord Financial	2007	4	4
Coast Wholesale Appliances	2007	3	2
Westshore Terminals Investment	2007	1	1
PNI Digital Media Inc.	2007	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2007	4	4
Macro Enterprises	2007	2	2
PRT Growing Services	2007	10	8
WebTech Wireless	2007	1	0
Radiant Communications Corp	2007	0	0
Glacier Media	2007	4	5
Rogers Sugar	2007	9	8
Abacus Mining & Exploration	2007	5	3
TIO Networks Corp.	2007	0	0
Boston Pizza Royalties IF	2007	1	1
Almaden Minerals	2007	3	5
International Forest Products	2007	18	16
Callinan Royalties	2007	5	5
Capstone Mining	2007	0	1
Westport Innovations	2007	24	17
Lions Gate Entertainment	2007	0	0
Amica Mature Lifestyles	2007	6	6
Cabo Drilling	2007	6	7
Sun-Rype Products	2007	4	4

Entreprises	Années (Valeur de t)	VI20102009 _{t-1} * communication_ environnementale _{t-1}	VI2008 _{t-1} * communication_ environnementale _{t-1}
Coastal Contacts	2011	0	0
Prophecy Coal	2011	6	0
Tree Island Wire Income Fund	2011	5	0
Hardwoods Distribution Income Fund	2011	0	0
Catalyst Paper Corp.	2011	37	0
Imperial Metals	2011	8	0
Canfor Corp.	2011	31	0
Canaccord Financial	2011	3	0
Coast Wholesale Appliances	2011	3	0
Westshore Terminals Investment	2011	0	0
PNI Digital Media Inc.	2011	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2011	15	0
Macro Enterprises	2011	2	0
PRT Growing Services	2011	18	0
WebTech Wireless	2011	11	0
Radiant Communications Corp	2011	4	0
Glacier Media	2011	2	0
Rogers Sugar	2011	10	0
Abacus Mining & Exploration	2011	7	0
TIO Networks Corp.	2011	1	0
Boston Pizza Royalties IF	2011	1	0
Almaden Minerals	2011	4	0
International Forest Products	2011	21	0
Callinan Royalties	2011	5	0
Capstone Mining	2011	12	0
Westport Innovations	2011	25	0
Lions Gate Entertainment	2011	0	0
Amica Mature Lifestyles	2011	6	0
Cabo Drilling	2011	8	0
Sun-Rype Products	2011	7	0
Coastal Contacts	2010	0	0
Prophecy Coal	2010	0	0
Tree Island Wire Income Fund	2010	3	0
Hardwoods Distribution Income Fund	2010	5	0
Catalyst Paper Corp.	2010	3	0
Imperial Metals	2010	36	0
Canfor Corp.	2010	6	0
Canaccord Financial	2010	30	0
Coast Wholesale Appliances	2010	3	0
Westshore Terminals Investment	2010	4	0

PNI Digital Media Inc.	2010	1	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2010	0	0
Macro Enterprises	2010	13	0
PRT Growing Services	2010	2	0
WebTech Wireless	2010	15	0
Radiant Communications Corp	2010	7	0
Glacier Media	2010	4	0
Rogers Sugar	2010	4	0
Abacus Mining & Exploration	2010	8	0
TIO Networks Corp.	2010	8	0
Boston Pizza Royalties IF	2010	1	0
Almaden Minerals	2010	1	0
International Forest Products	2010	3	0
Callinan Royalties	2010	19	0
Capstone Mining	2010	5	0
Westport Innovations	2010	11	0
Lions Gate Entertainment	2010	27	0
Amica Mature Lifestyles	2010	1	0
Cabo Drilling	2010	6	0
Sun-Rype Products	2010	9	0
Coastal Contacts	2009	4	0
Prophecy Coal	2009	0	3
Tree Island Wire Income Fund	2009	0	5
Hardwoods Distribution Income Fund	2009	0	3
Catalyst Paper Corp.	2009	0	36
Imperial Metals	2009	0	6
Canfor Corp.	2009	0	30
Canaccord Financial	2009	0	3
Coast Wholesale Appliances	2009	0	4
Westshore Terminals Investment	2009	0	1
PNI Digital Media Inc.	2009	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2009	0	13
Macro Enterprises	2009	0	2
PRT Growing Services	2009	0	15
WebTech Wireless	2009	0	7
Radiant Communications Corp	2009	0	4
Glacier Media	2009	0	4
Rogers Sugar	2009	0	8
Abacus Mining & Exploration	2009	0	8
TIO Networks Corp.	2009	0	1
Boston Pizza Royalties IF	2009	0	1
Almaden Minerals	2009	0	3
International Forest Products	2009	0	19
Callinan Royalties	2009	0	5

Capstone Mining	2009	0	11
Westport Innovations	2009	0	27
Lions Gate Entertainment	2009	0	1
Amica Mature Lifestyles	2009	0	6
Cabo Drilling	2009	0	9
Sun-Rype Products	2009	0	4
Coastal Contacts	2008	0	0
Prophecy Coal	2008	0	0
Tree Island Wire Income Fund	2008	0	0
Hardwoods Distribution Income Fund	2008	0	0
Catalyst Paper Corp.	2008	0	0
Imperial Metals	2008	0	0
Canfor Corp.	2008	0	0
Canaccord Financial	2008	0	0
Coast Wholesale Appliances	2008	0	0
Westshore Terminals Investment	2008	0	0
PNI Digital Media Inc.	2008	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2008	0	0
Macro Enterprises	2008	0	0
PRT Growing Services	2008	0	0
WebTech Wireless	2008	0	0
Radiant Communications Corp	2008	0	0
Glacier Media	2008	0	0
Rogers Sugar	2008	0	0
Abacus Mining & Exploration	2008	0	0
TIO Networks Corp.	2008	0	0
Boston Pizza Royalties IF	2008	0	0
Almaden Minerals	2008	0	0
International Forest Products	2008	0	0
Callinan Royalties	2008	0	0
Capstone Mining	2008	0	0
Westport Innovations	2008	0	0
Lions Gate Entertainment	2008	0	0
Amica Mature Lifestyles	2008	0	0
Cabo Drilling	2008	0	0
Sun-Rype Products	2008	0	0
Coastal Contacts	2007	0	0
Prophecy Coal	2007	0	0
Tree Island Wire Income Fund	2007	0	0
Hardwoods Distribution Income Fund	2007	0	0
Catalyst Paper Corp.	2007	0	0
Imperial Metals	2007	0	0
Canfor Corp.	2007	0	0
Canaccord Financial	2007	0	0

Coast Wholesale Appliances	2007	0	0
Westshore Terminals Investment	2007	0	0
PNI Digital Media Inc.	2007	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2007	0	0
Macro Enterprises	2007	0	0
PRT Growing Services	2007	0	0
WebTech Wireless	2007	0	0
Radiant Communications Corp	2007	0	0
Glacier Media	2007	0	0
Rogers Sugar	2007	0	0
Abacus Mining & Exploration	2007	0	0
TIO Networks Corp.	2007	0	0
Boston Pizza Royalties IF	2007	0	0
Almaden Minerals	2007	0	0
International Forest Products	2007	0	0
Callinan Royalties	2007	0	0
Capstone Mining	2007	0	0
Westport Innovations	2007	0	0
Lions Gate Entertainment	2007	0	0
Amica Mature Lifestyles	2007	0	0
Cabo Drilling	2007	0	0
Sun-Rype Products	2007	0	0

Entreprises	Années (Valeur de t)	Performance_ Environnementale _{t-1}	ROA _t	Taille _t
Coastal Contacts	2011	0	-0,056	8,265
Prophecy Coal	2011	0	-0,086	5,171
Tree Island Wire Income Fund	2011	1294	-0,134	8,176
Hardwoods Distribution Income Fund	2011	0	0,070	8,362
Catalyst Paper Corp.	2011	23165	-1,383	9,101
Imperial Metals	2011	9090	0,101	8,427
Canfor Corp.	2011	30658	-0,015	9,386
Canaccord Financial	2011	0	-0,002	8,782
Coast Wholesale Appliances	2011	0	-0,273	8,126
Westshore Terminals Investment	2011	40	0,064	8,328
PNI Digital Media Inc.	2011	0	0,048	7,374
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2011	0	0,023	7,783
Macro Enterprises	2011	0	0,113	8,111
PRT Growing Services	2011	0	0,048	7,522
WebTech Wireless	2011	0	-0,162	7,617
Radiant Communications Corp	2011	0	-0,048	7,509
Glacier Media	2011	0	0,037	8,427
Rogers Sugar	2011	17486	0,072	8,787
Abacus Mining & Exploration	2011	0	-0,035	3,939
TIO Networks Corp.	2011	0	-0,028	7,563
Boston Pizza Royalties IF	2011	0	0,060	7,447
Almaden Minerals	2011	0	0,102	5,396
International Forest Products	2011	18	-0,025	8,880
Callinan Royalties	2011	0	0,444	7,377
Capstone Mining	2011	0	0,026	8,547
Westport Innovations	2011	0	-0,169	6,194
Lions Gate Entertainment	2011	0	-0,094	8,063
Amica Mature Lifestyles	2011	0	-0,023	7,890
Cabo Drilling	2011	0	0,036	7,770
Sun-Rype Products	2011	0	-0,060	8,169
Coastal Contacts	2010	0	0,040	8,185
Prophecy Coal	2010	0	-0,043	3,973
Tree Island Wire Income Fund	2010	59	-0,132	8,122
Hardwoods Distribution Income Fund	2010	0	-0,013	8,296
Catalyst Paper Corp.	2010	24183	-0,231	9,089
Imperial Metals	2010	5038	0,085	8,391
Canfor Corp.	2010	30683	0,044	9,418
Canaccord Financial	2010	0	0,019	8,905
Coast Wholesale Appliances	2010	0	0,012	8,132
Westshore Terminals Investment	2010	32	-0,090	8,349
PNI Digital Media Inc.	2010	0	0,270	7,404
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2010	0	-0,425	7,565

Macro Enterprises	2010	0	0,014	7,765
PRT Growing Services	2010	0	-0,012	7,416
WebTech Wireless	2010	0	-0,316	7,617
Radiant Communications Corp	2010	0	1,614	7,496
Glacier Media	2010	0	0,025	8,385
Rogers Sugar	2010	16226	0,000	8,783
Abacus Mining & Exploration	2010	0	-0,600	4,836
TIO Networks Corp.	2010	0	-0,156	7,444
Boston Pizza Royalties IF	2010	0	-0,001	7,424
Almaden Minerals	2010	0	-0,092	5,369
International Forest Products	2010	15	-0,024	8,796
Callinan Royalties	2010	0	0,268	7,474
Capstone Mining	2010	0	0,131	8,492
Westport Innovations	2010	0	-0,099	8,181
Lions Gate Entertainment	2010	0	-0,064	8,064
Amica Mature Lifestyles	2010	0	-0,011	7,773
Cabo Drilling	2010	0	0,003	7,638
Sun-Rype Products	2010	0	0,055	8,140
Coastal Contacts	2009	0	0,038	8,146
Prophecy Coal	2009	0	-0,118	3,429
Tree Island Wire Income Fund	2009	105	-0,250	8,219
Hardwoods Distribution Income Fund	2009	0	-0,244	8,281
Catalyst Paper Corp.	2009	44522	-0,006	9,088
Imperial Metals	2009	1864	-0,034	8,303
Canfor Corp.	2009	31772	-0,023	9,317
Canaccord Financial	2009	0	0,006	8,762
Coast Wholesale Appliances	2009	0	0,052	8,159
Westshore Terminals Investment	2009	34	0,176	8,318
PNI Digital Media Inc.	2009	0	-0,115	7,388
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2009	0	0,060	7,494
Macro Enterprises	2009	0	-0,050	7,685
PRT Growing Services	2009	0	-0,043	7,478
WebTech Wireless	2009	0	-0,181	7,436
Radiant Communications Corp	2009	0	0,006	7,478
Glacier Media	2009	0	0,027	8,360
Rogers Sugar	2009	174	0,074	8,735
Abacus Mining & Exploration	2009	0	-0,032	4,618
TIO Networks Corp.	2009	0	-0,185	7,332
Boston Pizza Royalties IF	2009	0	0,112	7,289
Almaden Minerals	2009	0	-0,089	6,387
International Forest Products	2009	5	-0,041	8,616
Callinan Royalties	2009	0	0,213	7,220
Capstone Mining	2009	0	0,028	8,456
Westport Innovations	2009	0	-0,088	8,123

Lions Gate Entertainment	2009	0	-0,013	9,173
Amica Mature Lifestyles	2009	0	-0,024	7,616
Cabo Drilling	2009	0	-0,060	7,462
Sun-Rype Products	2009	0	0,111	8,169
Coastal Contacts	2008	0	0,007	8,075
Prophecy Coal	2008	0	-0,056	4,047
Tree Island Wire Income Fund	2008	115	-0,266	8,509
Hardwoods Distribution Income Fund	2008	0	-0,284	8,409
Catalyst Paper Corp.	2008	48303	-0,086	9,267
Imperial Metals	2008	1620	0,155	8,361
Canfor Corp.	2008	34434	-0,108	9,417
Canaccord Financial	2008	0	-0,026	8,679
Coast Wholesale Appliances	2008	0	0,069	8,167
Westshore Terminals Investment	2008	34	0,203	8,425
PNI Digital Media Inc.	2008	0	-0,439	7,232
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2008	0	-0,342	7,513
Macro Enterprises	2008	0	-0,173	7,790
PRT Growing Services	2008	0	-0,461	7,589
WebTech Wireless	2008	0	-0,372	7,357
Radiant Communications Corp	2008	0	-0,052	7,396
Glacier Media	2008	0	0,059	8,396
Rogers Sugar	2008	189	0,083	8,666
Abacus Mining & Exploration	2008	0	-0,048	5,116
TIO Networks Corp.	2008	0	-0,508	7,155
Boston Pizza Royalties IF	2008	0	0,108	7,304
Almaden Minerals	2008	0	-0,184	6,277
International Forest Products	2008	23	-0,001	8,641
Callinan Royalties	2008	0	-0,003	7,108
Capstone Mining	2008	0	0,233	8,117
Westport Innovations	2008	0	-0,235	8,086
Lions Gate Entertainment	2008	0	-0,107	9,166
Amica Mature Lifestyles	2008	0	-0,003	7,627
Cabo Drilling	2008	0	-0,034	7,614
Sun-Rype Products	2008	0	-0,159	8,098
Coastal Contacts	2007	0	-0,005	8,009
Prophecy Coal	2007	0	-0,193	4,060
Tree Island Wire Income Fund	2007	81	0,009	8,422
Hardwoods Distribution Income Fund	2007	0	0,030	8,521
Catalyst Paper Corp.	2007	46304	-0,007	9,234
Imperial Metals	2007	2760	0,071	8,423
Canfor Corp.	2007	290144	-0,084	9,515
Canaccord Financial	2007	0	0,009	8,864
Coast Wholesale Appliances	2007	0	0,083	8,155
Westshore Terminals Investment	2007	31	0,096	8,216

PNI Digital Media Inc.	2007	0	-0,267	6,898
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2007	0	0,075	7,492
Macro Enterprises	2007	0	0,047	7,884
PRT Growing Services	2007	0	-0,093	7,694
WebTech Wireless	2007	0	0,030	7,209
Radiant Communications Corp	2007	0	0,043	7,338
Glacier Media	2007	0	0,068	8,335
Rogers Sugar	2007	230	0,082	8,687
Abacus Mining & Exploration	2007	0	-0,006	5,621
TIO Networks Corp.	2007	0	-0,272	7,129
Boston Pizza Royalties IF	2007	0	0,094	7,231
Almaden Minerals	2007	0	-0,081	5,876
International Forest Products	2007	54	-0,024	8,787
Callinan Royalties	2007	0	0,119	6,961
Capstone Mining	2007	0	-0,164	5,963
Westport Innovations	2007	0	-0,209	7,855
Lions Gate Entertainment	2007	0	-0,048	9,134
Amica Mature Lifestyles	2007	0	0,024	7,651
Cabo Drilling	2007	0	0,083	7,768
Sun-Rype Products	2007	0	0,081	8,131

Entreprises	Années (Valeur de t)	Industrie sensible,	Média,
Coastal Contacts	2011	0	0
Prophecy Coal	2011	1	1
Tree Island Wire Income Fund	2011	1	0
Hardwoods Distribution Income Fund	2011	0	0
Catalyst Paper Corp.	2011	1	6
Imperial Metals	2011	1	4
Canfor Corp.	2011	1	11
Canaccord Financial	2011	0	0
Coast Wholesale Appliances	2011	0	0
Westshore Terminals Investment	2011	1	1
PNI Digital Media Inc.	2011	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2011	0	0
Macro Enterprises	2011	1	0
PRT Growing Services	2011	1	0
WebTech Wireless	2011	0	0
Radiant Communications Corp	2011	0	0
Glacier Media	2011	0	1
Rogers Sugar	2011	1	0
Abacus Mining & Exploration	2011	1	0
TIO Networks Corp.	2011	0	0
Boston Pizza Royalties IF	2011	0	3
Almaden Minerals	2011	1	0
International Forest Products	2011	1	6
Callinan Royalties	2011	1	0
Capstone Mining	2011	1	3
Westport Innovations	2011	1	12
Lions Gate Entertainment	2011	0	0
Amica Mature Lifestyles	2011	0	0
Cabo Drilling	2011	1	0
Sun-Rype Products	2011	0	0
Coastal Contacts	2010	0	0
Prophecy Coal	2010	1	0
Tree Island Wire Income Fund	2010	1	0
Hardwoods Distribution Income Fund	2010	0	0
Catalyst Paper Corp.	2010	1	4
Imperial Metals	2010	1	13
Canfor Corp.	2010	1	17
Canaccord Financial	2010	0	3
Coast Wholesale Appliances	2010	0	0
Westshore Terminals Investment	2010	1	0
PNI Digital Media Inc.	2010	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2010	0	0

Macro Enterprises	2010	1	0
PRT Growing Services	2010	1	1
WebTech Wireless	2010	0	0
Radiant Communications Corp	2010	0	0
Glacier Media	2010	0	0
Rogers Sugar	2010	1	0
Abacus Mining & Exploration	2010	1	0
TIO Networks Corp.	2010	0	0
Boston Pizza Royalties IF	2010	0	0
Almaden Minerals	2010	1	0
International Forest Products	2010	1	5
Callinan Royalties	2010	1	0
Capstone Mining	2010	1	6
Westport Innovations	2010	1	11
Lions Gate Entertainment	2010	0	0
Amica Mature Lifestyles	2010	0	0
Cabo Drilling	2010	1	1
Sun-Rype Products	2010	0	0
Coastal Contacts	2009	0	0
Prophecy Coal	2009	1	0
Tree Island Wire Income Fund	2009	1	0
Hardwoods Distribution Income Fund	2009	0	0
Catalyst Paper Corp.	2009	1	15
Imperial Metals	2009	1	4
Canfor Corp.	2009	1	12
Canaccord Financial	2009	0	0
Coast Wholesale Appliances	2009	0	0
Westshore Terminals Investment	2009	1	0
PNI Digital Media Inc.	2009	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2009	0	0
Macro Enterprises	2009	1	0
PRT Growing Services	2009	1	0
WebTech Wireless	2009	0	0
Radiant Communications Corp	2009	0	0
Glacier Media	2009	0	0
Rogers Sugar	2009	1	0
Abacus Mining & Exploration	2009	1	2
TIO Networks Corp.	2009	0	0
Boston Pizza Royalties IF	2009	0	0
Almaden Minerals	2009	1	0
International Forest Products	2009	1	2
Callinan Royalties	2009	1	0
Capstone Mining	2009	1	3
Westport Innovations	2009	1	10

Lions Gate Entertainment	2009	0	0
Amica Mature Lifestyles	2009	0	0
Cabo Drilling	2009	1	0
Sun-Rype Products	2009	0	0
Coastal Contacts	2008	0	0
Prophecy Coal	2008	1	0
Tree Island Wire Income Fund	2008	1	0
Hardwoods Distribution Income Fund	2008	0	0
Catalyst Paper Corp.	2008	1	8
Imperial Metals	2008	1	7
Canfor Corp.	2008	1	31
Canaccord Financial	2008	0	0
Coast Wholesale Appliances	2008	0	0
Westshore Terminals Investment	2008	1	0
PNI Digital Media Inc.	2008	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2008	0	0
Macro Enterprises	2008	1	0
PRT Growing Services	2008	1	1
WebTech Wireless	2008	0	0
Radiant Communications Corp	2008	0	0
Glacier Media	2008	0	0
Rogers Sugar	2008	1	1
Abacus Mining & Exploration	2008	1	0
TIO Networks Corp.	2008	0	0
Boston Pizza Royalties IF	2008	0	1
Almaden Minerals	2008	1	1
International Forest Products	2008	1	7
Callinan Royalties	2008	1	0
Capstone Mining	2008	1	0
Westport Innovations	2008	1	22
Lions Gate Entertainment	2008	0	0
Amica Mature Lifestyles	2008	0	0
Cabo Drilling	2008	1	0
Sun-Rype Products	2008	0	0
Coastal Contacts	2007	0	0
Prophecy Coal	2007	1	0
Tree Island Wire Income Fund	2007	1	0
Hardwoods Distribution Income Fund	2007	0	0
Catalyst Paper Corp.	2007	1	10
Imperial Metals	2007	1	6
Canfor Corp.	2007	1	28
Canaccord Financial	2007	0	2
Coast Wholesale Appliances	2007	0	0
Westshore Terminals Investment	2007	1	0

PNI Digital Media Inc.	2007	0	0
Ten Peaks Coffee Company Inc.	2007	0	0
Macro Enterprises	2007	1	0
PRT Growing Services	2007	1	3
WebTech Wireless	2007	0	0
Radiant Communications Corp	2007	0	0
Glacier Media	2007	0	0
Rogers Sugar	2007	1	1
Abacus Mining & Exploration	2007	1	0
TIO Networks Corp.	2007	0	0
Boston Pizza Royalties IF	2007	0	1
Almaden Minerals	2007	1	0
International Forest Products	2007	1	9
Callinan Royalties	2007	1	0
Capstone Mining	2007	1	0
Westport Innovations	2007	1	12
Lions Gate Entertainment	2007	0	0
Amica Mature Lifestyles	2007	0	0
Cabo Drilling	2007	1	0
Sun-Rype Products	2007	0	1

APPENDICE N

LES DEUX TABLEAUX DE L'ANALYSE COMPARATIVE ENTRE LES ÉLÉMENTS DE DISCOURS ENVIRONNEMENTAL

Nombre de rapports annuels, élément par élément, sur les trente dont le discours contient l'élément en question.

Éléments	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Moyenne	Écart type
Le rapport annuel parle de réglementation, de lois environnementales, de prérequis environnementaux (étude environnementale) ou permis environnementaux	16	16	19	19	20	21	18,50	2,07
Le rapport parle de recyclage au sein de son entreprise	2	5	5	6	7	7	5,33	1,86
La lettre du président, de la direction ou d'un vice-président parle d'environnement	9	8	7	10	9	7	8,33	1,21
Le rapport parle de sujet en lien à un ou des problèmes légaux en rapport à l'environnement	11	11	8	9	8	11	9,67	1,51
Le rapport annuel parle de l'impact environnemental ou performance environnementale	4	4	5	6	7	9	5,83	1,94
Le rapport annuel parle des risques environnementaux de l'entreprise	18	18	21	21	19	20	19,50	1,38
Le rapport parle de certification environnementale qu'il a obtenue	7	6	6	6	7	7	6,50	0,55
Le rapport parle de certification environnementale qu'il vise obtenir	1	2	1	3	1	2	1,67	0,82
Le rapport indique au moins une initiative environnementale à accomplir dans le futur	5	2	3	7	8	9	5,67	2,80
Le rapport indique au moins une initiative environnementale accomplie durant l'année en cours	6	6	9	9	13	13	9,33	3,14
Le rapport indique au moins une initiative environnementale accomplie durant les années passées	2	4	6	6	7	9	5,67	2,42
Le rapport indique au moins un prix environnemental ou une reconnaissance de sa bonne gestion environnementale	3	2	5	5	2	2	3,17	1,47
Le rapport cite au moins une personne ou un groupe parlant de sa gestion environnementale	1	1	1	1	1	0	0,83	0,41
Le rapport parle d'au moins un document (ex. : article de journal, livre) parlant de sa gestion environnementale.	0	1	1	1	1	2	1,00	0,63
Le rapport indique qu'il supporte au moins une personne ou un groupe qui se porte à la défense de la cause environnementale	3	4	2	2	2	3	2,67	0,82
Le rapport indique que l'entreprise a au moins un comité environnemental	1	3	3	3	4	3	2,83	0,98

Le rapport indique les responsabilités du comité environnemental	1	3	3	3	3	3	2,67	0,82
Le rapport parle des formations environnementales données aux employés ou indique offrir un environnement sain et sécuritaire aux employés	5	6	7	7	9	11	7,50	2,17
Le rapport parle des rejets ou des réductions réalisées ou a réalisé de polluant	3	4	4	6	8	7	5,33	1,97
Le rapport parle des frais ou investissements environnementaux	14	13	13	14	14	14	13,67	0,52
Le rapport parle des économies ou argent reçu grâce à la gestion environnementale	0	3	2	4	5	6	3,33	2,16
Le rapport parle des technologies environnementales qu'il utilise ou qu'il a utilisées	3	2	3	3	4	4	3,17	0,75
Le rapport parle de l'impact environnemental de sa gestion de ces transports	2	1	1	3	3	3	2,17	0,98
Le rapport indique au moins une statistique ou chiffre en rapport à sa gestion environnementale	4	4	6	7	6	7	5,67	1,37
Le rapport utilise au moins un graphique en lien à l'environnement	2	3	5	5	4	5	4,00	1,26
Le rapport indique qu'il a ou va engagé au moins expert en environnement	3	3	4	6	4	6	4,33	1,37
Le rapport parle de son impact sur la biodiversité	2	3	3	3	3	3	2,83	0,41
Le rapport parle de sa gestion des ressources naturelles	4	4	4	4	4	4	4,00	0,00
Le rapport parle de sa gestion de l'eau	3	5	5	7	7	8	5,83	1,83
Le rapport annuel indique fabriquer ou vendre des produits ou des services dans le respect de l'environnement	8	7	7	12	11	12	9,50	2,43
Le rapport parle des sources vertes d'énergies qu'il utilise	3	4	4	4	5	5	4,17	0,75
Le rapport parle d'une technologie verte qu'il a créée	2	2	2	3	4	4	2,83	0,98
Le rapport annuel indique utiliser des produits ou des services respectueux l'environnement	1	2	3	2	3	4	2,50	1,05
L'entreprise indique qu'il a fait un rapport ou une étude environnementale ou explique utiliser un "reporting" vert (Exemple GRI)	6	7	9	10	13	9	9,00	2,45
Le rapport indique que l'environnement est une priorité ou est important	4	4	5	7	8	11	6,50	2,74

Le rapport explique que l'entreprise admet ou est concernée par les problèmes environnementaux	0	3	5	5	5	6	4,00	2,19
Le rapport parle de sa gestion des déchets	5	6	8	10	13	14	9,33	3,67

Variation du nombre d'éléments entre les années

Éléments	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	Moyenne	Écart Type
Le rapport annuel parle de réglementation, de lois environnementales, de prérequis environnementaux (étude environnementale) ou permis environnementaux	0	3	0	1	1	1	1,22
Le rapport parle de recyclage au sein de son entreprise	3	0	1	1	0	1	1,22
La lettre du président, de la direction ou d'un vice-président parle d'environnement	-1	-1	3	-1	-2	-0,4	1,95
Le rapport parle de sujet en lien à un ou des problèmes légaux en rapport à l'environnement	0	-3	1	-1	3	0	2,24
Le rapport annuel parle de l'impact environnemental ou performance environnementale	0	1	1	1	2	1	0,71
Le rapport annuel parle des risques environnementaux de l'entreprise	0	3	0	-2	1	0,4	1,82
Le rapport parle de certification environnementale qu'il a obtenue	-1	0	0	1	0	0	0,71
Le rapport parle de certification environnementale qu'il vise obtenir	1	-1	2	-2	1	0,2	1,64
Le rapport indique au moins une initiative environnementale à accomplir dans le futur	-3	1	4	1	1	0,8	2,49
Le rapport indique au moins une initiative environnementale accomplie durant l'année en cours	0	3	0	4	0	1,4	1,95
Le rapport indique au moins une initiative environnementale accomplie durant les années passées	2	2	0	1	2	1,4	0,89
Le rapport indique au moins un prix environnemental ou une reconnaissance de sa bonne gestion environnementale	-1	3	0	-3	0	-0,2	2,17
Le rapport cite au moins une personne ou un groupe parlant de sa gestion environnementale	0	0	0	0	-1	-0,2	0,45
Le rapport parle d'au moins un document (ex. : article de journal, livre) parlant de sa gestion environnementale.	1	0	0	0	1	0,4	0,55
Le rapport indique qu'il supporte au moins une personne ou un groupe qui se porte à la défense de la cause environnementale	1	-2	0	0	1	0	1,22

Le rapport indique que l'entreprise a au moins un comité environnemental	2	0	0	1	-1	0,4	1,14
Le rapport indique les responsabilités du comité environnemental	2	0	0	0	0	0,4	0,89
Le rapport parle des formations environnementales données aux employés ou indique offrir un environnement sain et sécuritaire aux employés	1	1	0	2	2	1,2	0,84
Le rapport parle des rejets ou des réductions réalisées ou a réalisé de polluant	1	0	2	2	-1	0,8	1,30
Le rapport parle des frais ou investissements environnementaux	-1	0	1	0	0	0	0,71
Le rapport parle des économies ou argent reçu grâce à la gestion environnementale	3	-1	2	1	1	1,2	1,48
Le rapport parle des technologies environnementales qu'il utilise ou qu'il a utilisées	-1	1	0	1	0	0,2	0,84
Le rapport parle de l'impact environnemental de sa gestion de ces transports	-1	0	2	0	0	0,2	1,10
Le rapport indique au moins une statistique ou chiffre en rapport à sa gestion environnementale	0	2	1	-1	1	0,6	1,14
Le rapport utilise au moins un graphique en lien à l'environnement	1	2	0	-1	1	0,6	1,14
Le rapport indique qu'il a ou va engagé au moins expert en environnement	0	1	2	-2	2	0,6	1,67
Le rapport parle de son impact sur la biodiversité	1	0	0	0	0	0,2	0,45
Le rapport parle de sa gestion des ressources naturelles	0	0	0	0	0	0	0,00
Le rapport parle de sa gestion de l'eau	2	0	2	0	1	1	1,00
Le rapport annuel indique fabriquer ou vendre des produits ou des services dans le respect de l'environnement	-1	0	5	-1	1	0,8	2,49
Le rapport parle des sources vertes d'énergies qu'il utilise	1	0	0	1	0	0,4	0,55
Le rapport parle d'une technologie verte qu'il a créée	0	0	1	1	0	0,4	0,55
Le rapport annuel indique utiliser des produits ou des services respectueux l'environnement	1	1	-1	1	1	0,6	0,89
L'entreprise indique qu'il a fait un rapport ou une étude environnementale ou explique utiliser un "reporting" vert (Exemple GRI)	1	2	1	3	-4	0,6	2,70

Le rapport indique que l'environnement est une priorité ou est important	0	1	2	1	3	1,4	1,14
Le rapport explique que l'entreprise admet ou est concernée par les problèmes environnementaux	3	2	0	0	1	1,2	1,30
Le rapport parle de sa gestion des déchets	1	2	2	3	1	1,8	0,84

RÉFÉRENCES

- Abbott, Walter F. et R. Joseph Monsen. 1979. «On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported Disclosures as a Method of Measuring Corporate Social Involvement». *The Academy of Management Journal*, vol. 22, no 3, p. 501-515.
- Aerts, Walter et Denis Cormier. 2009. «Media legitimacy and corporate environmental communication». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 34, no 1, p. 1-27.
- Alepin, Brigitte. 2011. *La Crise fiscale qui vient*: VLB, 160 p.
- Anderegg, William R., James W. Prall, Jacob Harold et Stephen. H. Schneider. 2010. «Expert credibility in climate change». *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, vol. 107, no 27, p. 12107-12109.
- Avi-Yonah, Reuven et David Uhlmann. 2008. *Combating Global Climate Change: Why a Carbon Tax is a Better Response to Global Warming than Cap and Trade*. University of Michigan Public Law Working Paper No. 117, 54 p.
- Banerjee, S.B. 2007. *Corporate Social Responsibility: The Good, the Bad and the Ugly*: Edward Elgar Pub, 211 p.
- Baranzini, Andrea, Jose Goldemberg et Stefan Speck. 2000. «A future for carbon taxes». *Ecological Economics*, vol. 32, no 3, p. 395-412.
- Barbier, Edward. 1987. «The Concept of Sustainable Economic Development». *Environmental Conservation*, vol. 14, no 2, p. 101-110.
- Barker, Terry, Sudhir Junankar, Hector Pollitt et Philip Summerton. 2007. «Carbon leakage from unilateral Environmental Tax Reforms in Europe, 1995–2005». *Energy Policy*, vol. 35, no 12, p. 6281-6292.
- Barla, Philippe. 2007. «ISO 14001 certification and environmental performance in Quebec's pulp and paper industry». *Journal of Environmental Economics and Management*, vol. 53, no 3, p. 291-306.
- Baum, Joel A. C. et Christine Oliver. 1991. «Institutional Linkages and Organizational Mortality». *Administrative Science Quarterly*, vol. 36, no 2, p. 187-218.
- Baumol, William J. 1972. «On Taxation and the Control of Externalities». *The American Economic Review*, vol. 62, no 3, p. 307-322.
- Bazin de Jessy, Paul et Matthieu Lamy. 2008. «Étude du système européen d'échange de quotas carbone». HEC Paris, 84 p.

- Bewley, Kathryn et Yue Li. 2000. «Disclosure of environmental information by Canadian manufacturing companies: A voluntary disclosure perspective». *Advances in Environmental Accounting and Management*, vol. 2000, no 1, p. 201–226.
- Bissaillon, Véronique. 2008. «Commerce équitable et développement durable: le cas d'une organisation de producteurs de café au Mexique». Montréal, Université du Québec à Montréal, xxi, 442 p.
- Black, B. et D.L. Lybecker. 2008. *Great Debates in American Environmental History*, no vol. 2: Greenwood Press, 352 p.
- Bowen, H.R. 1953. *Social responsibilities of the businessman*: Harper 276 p.
- Bressoux, Pascal. 2010. *Modélisation statistique appliquée aux sciences sociales*, Nouv. éd. Bruxelles: De Boeck, 464 p.
- Brown, Lester. 2009. *Plan B 4.0: mobilizing to save civilization*, 1st. New York: W.W. Norton, 368 p.
- Brown, Noel et Craig Deegan. 1998. «The public disclosure of environmental performance information—a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory». *Accounting and Business Research*, vol. 29, no 1, p. 21–41.
- Brummer, J.J. 1991. *Corporate responsibility and legitimacy: an interdisciplinary analysis*: Greenwood Press, 312 p.
- Brunel, Sylvie. 2004. *Le développement durable*, 1re éd. Coll. «Que sais-je?», no 3719. Paris: Presses universitaires de France, 127 p.
- Burnett, Royce D. et Don R. Hansen. 2008. «Ecoefficiency: Defining a role for environmental cost management». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 33, no 6, p. 551–581.
- Canada NewsWire. 2008. «CGA Calls BC Carbon Tax a Breakthrough in Addressing Climate Change». En ligne. <<http://www.newswire.ca/fr/story/311187/cga-calls-bc-carbon-tax-a-breakthrough-in-addressing-climate-change>>.
- Capron, Michel et Françoise Quairel-Lanoizelée. 2010. *La responsabilité sociale d'entreprise*. Paris: La découverte, 126 p.
- Carty, Sharon Silke. 2012. «General Motors Decides Climate Change Is Real, Pulls Support From Heartland Institute ». *The Huffington Post*, 30 février 2012. En ligne. <http://www.huffingtonpost.com/2012/03/30/general-motors-heartland-institute-climate-change_n_1391217.html>.

- Champion, Emmanuelle, Gendron, Corinne et Alain Lapointe. 2005. *Les représentations de la responsabilité sociale des entreprises: un éclairage sociologique*: Les cahiers de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable, 22 p.
- Chan, Christian C. C. et Markus J. Milne. 1999. «Investor reactions to corporate environmental saints and sinners: an experimental analysis». *Accounting & Business Research*, vol. 29, no 4, p. 265-279.
- Chen, X., P. Ender, M. Mitchell et C. Wells. 2003. *Regression with Stata*: En ligne. <<http://www.ats.ucla.edu/stat/stata/webbooks/reg/default.htm> >.
- Cho, Charles H. 2009. «Legitimation Strategies Used in Response to Environmental Disaster : A French Case Study of Total SA's Erika and AZF Incidents». *European Accounting Review*, vol. 18, no 1, p. 33-62.
- Cho, Charles, Dennis Patten et Robin Roberts. 2006. «Corporate Political Strategy: An Examination of the Relation between Political Expenditures, Environmental Performance, and Environmental Disclosure». *Journal of Business Ethics*, vol. 67, no 2, p. 139-154.
- Clapin-Pépin, Daniel. 1991. *Ver(t)s une comptabilité environnementale essai écopolitique pour introduire en sciences comptables le concept de développement durable*. Montréal: Université du Québec à Montréal, 68 p.
- Clarkson, Peter M., Yue Li, Gordon D. Richardson et Florin P. Vasvari. 2008. «Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 33, no 4-5, p. 303-327.
- Coase, Ronald. 1937. «The Nature of the Firm». *Economica*, vol. 4, no 16, p. 386-405.
- Cochran, Philip L. et Robert A. Wood. 1984. «Corporate Social Responsibility and Financial Performance». *Academy of Management Journal*, p. 42-56.
- Cormier, Denis. 2012. «On the Relevance of Social and Environmental Disclosures and Corporate Governance for Financial Analyst Forecasts: Canadian Evidence». *Chaire d'information financière et organisationnelle*.
- Cormier, Denis et Michel Magnan. 1997. «Investors' assessment of implicit environmental liabilities: An empirical investigation». *Journal of Accounting and Public Policy*, vol. 16, no 2, p. 215-241.
- , 1999. «Corporate environmental disclosure strategies: Determinants, costs and benefits». *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, vol. 14, no 3, p. 429-451.

- , 2003. «Environmental reporting management: a continental European perspective». *Journal of Accounting and Public Policy*, vol. 22, no 1, p. 43-62. En ligne. <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278425402000856>>. Consulté le 2003/02/01/.
- Corpwatch. 2001. «Greenwash Fact Sheet». En ligne. <<http://www.corpwatch.org/article.php?id=242>>. Consulté le 5 novembre 2012.
- Cossette, Pierre. 2007. *L'inconduite en recherche : enquête en sciences de l'administration*. Québec: Presses de l'Université du Québec, xii, 140 p.
- Cowen, Scott S., Linda B. Ferreri et Lee D. Parker. 1987. «The impact of corporate characteristics on social responsibility disclosure: A typology and frequency-based analysis». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 12, no 2, p. 111-122.
- Cropper, Maureen et Wallace Oates. 1992. «Environmental Economics: A Survey». *Journal of Economic Literature*, vol. 20, no 2, p. 675-740.
- CTV News – CTV Television. 2008. «BC Carbon Tax». *CTV Television, Inc.* (Scarborough, Canada), 20 février 2008.
- de Grandpré, Hugo. 2013. «C.-B.: la taxe carbone cause peu d'impacts sur l'économie». *La Presse* (Montréal). En ligne. <<http://www.lapresse.ca/actualites/quebec-canada/national/201302/24/01-4624997-c-b-la-taxe-carbone-cause-peu-dimpacts-sur-leconomie.php>>.
- de Woot, Philippe. 2004. *Responsabilité sociale de l'entreprise : faut-il enchaîner Prométhée* ? Paris: Economica, 208 p.
- Deegan, Craig. 2002. «Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation». *Accounting Auditing Accountability Journal*, vol. 15, no 3, p. 282-311.
- Deegan, Craig et Michaela Rankin. 1996. «Do Australian companies report environmental news objectively?: An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority». *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 9, no 2, p. 50-67.
- Deegan, Craig, Michaela Rankin et Peter Voght. 2000. «Firms' Disclosure Reactions to Major Social Incidents: Australian Evidence». *Accounting Forum*, vol. 24, no 1, p. 101-130.
- Deegan, Craig et Jeffrey Unerman. 2006. *Financial Accounting Theory*. Maidenhead: McGraw-Hill Education, 466 p.

- Deephouse, David L. et Suzanne M. Carter. 2005. «An Examination of Differences Between Organizational Legitimacy and Organizational Reputation». *Journal of Management Studies*, vol. 42, no 2, p. 329-360.
- DeGeorge, Richard. 1981. «Can Corporation Have Moral Responsibility?». *University of Dayton Review*, no Winter, p. 3-15.
- Delaunay, Janine., Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jørgen Randers, Jacques Delaunay, Robert Lattès, Georges Canguilhem et Jean-Jacques Salomon. 1972. *Halte à la croissance ?* Trad. de Janine Delaunay. Coll. «Collection Écologie.». Paris: Fayard, 1 vol. 314 p.
- Derber, Charles. 1998. *Corporation Nation*. New York: St. Martin's Press, 384 p.
- Dillard, Jesse F., John T. Rigsby et Carrie Goodman. 2004. «The making and remaking of organization context: Duality and the institutionalization process». *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 17, no 4, p. 506-542.
- DiMaggio, Paul J. et Walter W. Powell. 1983. «The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields». *American Sociological Review*, vol. 48, no 2, p. 147-160.
- Dobson, Andrew. 2003. *Citizenship and the Environment*. Oxford: Oxford University Press, 227 p.
- Dowling, John et Jeffrey Pfeffer. 1975. «Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior». *The Pacific Sociological Review*, vol. 18, no 1, p. 122-136.
- Durkheim, Émile. 1894. *Les règles de la méthode sociologique*. Coll. «Classiques des sciences sociales», 80 p. En ligne.
<http://classiques.uqac.ca/classiques/Durkheim_emile/regles_methode/durkheim_regles_methode.pdf>.
- Ekins, Paul et Simon Dresner. 2004. *Green taxes and charges: Reducing their impact on low-income households*. York: Joseph Rowntree Foundation, 55 p.
- Epstein, Marc J. et Martin Freedman. 1994. «Social Disclosure and the Individual Investor». *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 7, no 4, p. 94-109.
- Felder, Stefan et Reto Schleiniger. 2002. «Environmental tax reform: efficiency and political feasibility». *Ecological Economics*, vol. 42, no 1-2, p. 107-116.
- Frederick, William. 1960. «The Growing Concern Over Business Responsibility». *California Management Review*, vol. 2, no 4, p. 54-61.

- Freyd, Louis. 2011. *La question de la légitimité de l'industrie pharmaceutique auprès de ses parties prenantes dans le cadre d'un centre hospitalier*. Montréal: Université du Québec à Montréal, vii, 185 f. p.
- Friedman, Milton 1970. «The social responsibility of business is to increase its profits». *The New York Times Magazine*, p. 32-33.
- Gendron, Corinne, Jean-Pierre Revéret, Gisèle Belem, Véronique Bisaillon, Patrick Laprise, Chantal Hervieux, Alain Lapointe, Emmanuelle Champion et Ana Isabel Otero. 2005. «Quel Plan de développement durable pour le Québec? Mémoire déposé pour la consultation sur le projet de Plan de développement durable du Québec». *Les cahiers de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable*, vol. No 10-2005.
- Global Reporting Initiative. (2010). *Sustainability Reporting Guidelines*. Boston: 49 p.
- Godfrey, Paul C. et Nile W. Hatch. 2007. «Researching Corporate Social Responsibility: An Agenda for the 21st Century». *Journal of Business Ethics*, vol. 70, no 1, p. 87-98.
- Grais, Bernard. 2000. *Techniques statistiques*, 3e éd. (avec nouvelle présentation). Paris: Dunod, xii, 280 p.
- Gray, R., D. Owen et C. Adams. 1996. *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*. Prentice Hall 332 p.
- Greenwood, Royston, Roy Suddaby et C. R. Hinings. 2002. «THEORIZING CHANGE: THE ROLE OF PROFESSIONAL ASSOCIATIONS IN THE TRANSFORMATION OF INSTITUTIONALIZED FIELDS». *Academy of Management Journal*, vol. 45, no 1, p. 58-80.
- Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat. 2007. *Bilan 2007 des changements climatiques : Rapport de synthèse. Contribution des Groupes de travail I, II et III au quatrième Rapport d'évaluation du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat*. Genève, Suisse: GIEC 103 p.
- Guay, Jean H. 1991. *Sciences humaines et méthodes quantitatives les principes d'application et la pratique de la recherche*. Laval: Beauchemin, xii, 412 p.
- Guenther, David A. 1994. «Earnings Management in Response to Corporate Tax Rate Changes: Evidence from the 1986 Tax Reform Act». *The Accounting Review*, vol. 69, no 1, p. 230-243.
- Guthrie, James et Lee D. Parker. 1989. «Corporate social reporting: a rebuttal of legitimacy theory». *Accounting Business Research*, vol. 19, no 76, p. 343-352.
- Habermas, Jürgen. 1978. *Raison et légitimité : problèmes de légitimation dans le capitalisme avancé*. Coll. «Critique de la politique». Paris: Payot, 212 p.

- Hackston, David et Markus J. Milne. 1996. «Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies». *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 9, no 1, p. 77 - 108.
- Hammar, Henrik et Sverker Jagers. 2006. «Can trust in politicians explain individuals' support for climate policy? The case of CO₂ tax.». *Climate Policy*, vol. 5, no 6, p. 613-625.
- , 2007. «what is a fair CO₂ tax increase? Individual preferences for fair procedures for emission reductions in the transport sector». *Ecological Economics*, vol. 61, p. 377-387. .
- Hasbani, Marc. 2008. *La gestion de la légitimité par le récit le cas de l'industrie pharmaceutique*. Montréal: Université du Québec à Montréal, viii, 159 p.
- Heard, James E. et William J. Bolce. 1981. «The political significance of corporate social reporting in the United States of America». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 6, no 3, p. 247-254.
- Held, Maximilian, Rasmus Relotius et Makaio Witte. 2009. «Presentation Outline Is There a Green Paradox, and if so, How do we Respond?». Berlin, Hertie School of Governance, 29 p.
- Held, Virginia. 1972. «Moral Responsibility and Collective Action». In *Individual and Collective Responsibility : The Massacre at My Lai*, Peter French, p. 103-120. Cambridge, Massachusetts: Schenkman Publishing.
- Hobbes, Thomas (1651). *Leviathan, or, The matter, forme, & power of a common-wealth ecclesiasticall and civil*. London, Printed for Andrew Ckooke.
- Hottois, Gilbert. 1996. «Éthique de la responsabilité et éthique de la conviction». *Laval théologique et philosophique*, vol. 52, no 2, p. 489-498.
- Hughes, J. Donald. 2002. *An environmental history of the world humankind's changing role in the community of life*. London New York: Routledge 264 p.
- Hutchins, H.R. 1994. «Annual reports - who reads them?». *Communication World*, 1er octobre.
- Jagers, Sverker et Henrik Hammar. 2009. «Environmental taxation for good and for bad: the efficiency and legitimacy of Sweden's carbon tax». *Environmental Politics*, vol. 18, no 2, p. 218-237.
- Jensen, Michael C. et William H. Meckling. 1976. «Theory of the firm: managerial behaviour, agency cost, and ownership structure». *Journal of Financial Economic*, vol. 3, no 4, p. 305-360.

- Jonas, Hans. 1990. *Le principe responsabilité : une éthique pour la civilisation technologique*, 3e éd. Coll. «Passages (Éditions du Cerf)». Paris: Éditions du Cerf, 470 p.
- Kangun, Norman, Les Carlson et Stephen J. Grove. 1991. «Environmental Advertising Claims: A Preliminary Investigation». *Journal of Public Policy & Marketing*, vol. 10, no 2, p. 47-58.
- Khor, Andre Kah Hin (2003). Social contract theory, legitimacy theory and corporate social and environmental disclosure policies: constructing a theoretical framework. Runnerup in IBE/EBEN-UK Student Essay Competition in Business Ethics. London, U.K., Institut of Business Ethics
- Kotchian, Carl. 1979. «Case Study-Lockheed Aircraft Corporation». In *Ethical Issues in Business*, Thomas Donaldson et Patricia Werhane, p. 67-75. N.J.: Prentice-Hall.
- Krosnick, Jon A., Bo MacInnis et Ana Villar (2011). The Impact of Candidates' Statements about Climate Change on Electoral Success in 2010: Experimental Evidence, Stanford University.
- Lacordaire, Henri-Dominique. 1872. *ŒUVRES du R. P. HENRI-DOMINIQUE LACORDAIRE de l'ordre des Frères Prêcheurs Membre de l'Académie française TOME IV CONFÉRENCES à NOTRE-DAME DE PARIS TOME TROISIÈME ANNÉES 1846-1848* Paris: Poussielgue Frères, 321 p.
- Larrinaga, Carlos, Francisco Carrasco, Carmen Correa, Fernando Llena et José Moneva. 2002. «Accountability and accounting regulation: the case of the Spanish environmental disclosure standard». *European Accounting Review*, vol. 11, no 4, p. 723-740.
- Lee, Cheng F., Sue J. Lin et Charles Lewis. 2007. «Analysis of the impacts of combining carbon taxation and emission trading on different industry sectors». *Energy Policy*, vol. 32, no 2, p. 722-729.
- Lewis, Neil R., Lee D. Parker et Paul Sutcliffe. 1984. «Financial reporting to employees: the pattern of development 1919 to 1979». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 9, no 3-4, p. 275-289.
- Li, Yue, Gordon D. Richardson et Daniel B. Thornton. 1997. «Corporate Disclosure of Environmental Liability Information: Theory and Evidence». *Contemporary Accounting Research*, vol. 14, no 3, p. 435-474.
- Lin, Boqiang et Xuehui Li. 2011. «The effect of carbon tax on per capita CO2 emissions ». *Energy Policy*, vol. 39, no 9, p. 5137-5146.

- Lindblom, Cristi. 1994. «The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure». In *Critical perspectives on accounting Conference* (New-York).
- Locke, John (1689). Second treatise of government. S.l., Alex Catalogue En ligne. <<http://www.columbia.edu/cgi-bin/cul/resolve?clio8996407>>.
- Lundqvist, Lennart et Anders Biel. 2007. *From Kyoto to the Town Hall: Making International and National Climate*. Londres: Earthscan 185 p.
- Marion, Louis, Yves-Marie Abraham et Hervé Philippe. 2011. *Décroissance versus développement durable : débats pour la suite du monde*. Montréal: Éditions Écosociété, 237 p.
- Mathews, M. Reg. 1993. *Socially responsible accounting*: Chapman & Hall 250 p.
- McGuire, Jean B., Sundgren Alison et Thomas Schneeweis. 1988. «Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance». *The Academy of Management Journal*, vol. 31, no 4, p. 854-872.
- Michaud, Marc-Olivier. 2008. *L'émergence de la comptabilité environnementale : évaluation des pratiques et des perspectives*. Coll. «Thèses de l'Université de Sherbrooke -- Maîtrise en environnement». [S.l.: s.n.], viii, 62 p.
- Mills, D. et M. Gardner. 1984. «Financial profiles and the disclosure of expenditures for socially responsible purposes». *Journal of Business Research*, vol. 1984, no December, p. 407-424.
- Milne, Markus J. et Christian C. C. Chan. 1999. «Narrative Corporate Social Disclosures: How Much of a Difference do They Make to Investment Decision Making?». *The British Accounting Review*, vol. 31, no 4, p. 439-457.
- Milne, Markus J. et Robert Gray. 2007. «Future Prospects for Sustainability Reporting». In *Sustainability Accounting and Accountability*, Jeffrey Unerman, Jeffrey Bebbington et Brendan O'Dwyer, p. 184-208. Londres: Routledge.
- Ministère des finances de la Colombie-Britannique. 2008a. *Budget and Fiscal Plan 2008/09 – 2010/11*, 201 p.
- . 2013. *Budget and Fiscal Plan 2013/14 – 2015/16*, 142 p.
- . 2008b. *British Columbia Carbon Tax*, 8 p.
- Moser, William J. 2007. «The Effect of Shareholder Taxes on Corporate Payout Choice». *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, vol. 42, no 4, p. 991-1019.

- Nations Unies. 1998. *Protocole de Kyoto: La Convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques*: 23 p.
- Neu, Dean, Hussein Warsame et Kathryn Pedwell. 1998. «Managing public impressions: environmental disclosures in annual reports». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 23, no 3, p. 265-282
- Objectif terre. 2012. «Conférence des Nations unies sur le développement durable (CNUDD/Rio +20)». En ligne.
<<http://www.objectifterre.ulaval.ca/19584/conference-des-nations-unies-sur-le-developpement-durable-cnudd-rio-20/>>. Consulté le 23 novembre 2012.
- Olson, Mancur. 1965. *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Boston: Harvard University Press 176 p.
- Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Programme des Nations Unies pour l'environnement, Union internationale pour la conservation de la nature et de ses ressources, Unesco et World Wildlife Fund. 1980. *Stratégie mondiale de la conservation : la conservation des ressources vivantes au service du développement durable*: U.I.C.N.
- Patten, Dennis M. 1991. «Exposure, legitimacy, and social disclosure». *Journal of Accounting and Public Policy*, vol. 10, no 4, p. 297-308.
- , 1992. «Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: A note on legitimacy theory». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 17, no 5, p. 471-475.
- , 2002a. «Media exposure, public policy pressure, and environmental disclosure: an examination of the impact of tri data availability». *Accounting Forum*, vol. 26, no 2, p. 152-171.
- , 2002b. «The relation between environmental performance and environmental disclosure: a research note». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 27, no 8, p. 763-773. >.
- Pigou, Arthur Cecil. 1932. *The economics of welfare*. London: Macmillan, 837 p.
- Porter, Michael E. et Claas van der Linde. 1995. «Toward a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship». *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 9, no 4, p. 97-118.
- Post, Corinne, Noushi Rahman et Emily Rubow. 2011. «Green Governance: Boards of Directors' Composition and Environmental Corporate Social Responsibility». *Business Society*, vol. 50, no 1, p. 189-223.

- Poterba, James M. 1992. «Tax policy to combat global warming: On designing a carbon tax».
- Prior, Diego, Jordi Surroca et Josep A. Tribó. 2008. «Are Socially Responsible Managers Really Ethical? Exploring the Relationship Between Earnings Management and Corporate Social Responsibility». *Corporate Governance: An International Review*, vol. 16, no 3, p. 160-177.
- Ramanathan, Kavasseri V. 1976. «Toward a Theory of Corporate Social Accounting». *The Accounting Review*, vol. 51, no 3, p. 516-528.
- Ramboarisata, Lovasoa Nirina. 2009. «Analyse institutionnelle de la stratégie de responsabilité sociale d'entreprise (RSE) des institutions financières coopératives». Université du Québec à Montréal, xi, 321 p.
- Richard, Jacques. 2012. *Comptabilité et Développement Durable*. Paris: Economica, 263 p.
- Rootes, Christopher 1999. «The transformation of environmental activism: Activists, organizations and policy-making». *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, vol. 12, no 2, p. 155-173.
- Rousseau, Jean-Jacques. 1762. *Du contrat social, ou, Principe du droit politique*. Coll. «Classiques des sciences sociales. Les auteurs classiques». Chicoutimi: J.-M. Tremblay, 95 p. En ligne.
<http://classiques.uqac.ca/classiques/Rousseau_jj/contrat_social/Contrat_social.pdf>
- Rubin, Jeff. 2010. *Demain, un tout petit monde : comment le pétrole entraînera la fin de la mondialisation*. Trad. de Rachel Martinez, Montréal: Hurtubise, 393 p.
- , 2012. *The end of growth*. Toronto: Random House Canada, 295 p.
- Sawyer, G.C. 1979. *Business and society: managing corporate social impact*: Houghton Mifflin Co. 465 p.
- Schaltegger, Stefan, Martin Bennett et Roger Burritt. 2006. *Sustainability Accounting and Reporting*. Dordrecht: Springer, 713 p.
- Scrimgeour, Frank, Les Oxley et Koli Fatai. 2005. «Reducing carbon next term emissions? The relative effectiveness of different types of environmental previous term tax next term: the case of New Zealand». *Environmental Modelling & Software*, vol. 20, no 11, p. 1439-1448.
- Serres, Michel. 1990. *Le contrat naturel*. Paris: François Bourin, 191 p.
- Shocker, Allan D. et S. Prakash Sethi. 1974. «An Approach to Incorporating Societal Preferences in Developing Corporate Action Strategies». *California Management Review*, vol. 15, no 4, p. 97-105.

- Sinn, Hans-Werner. 2008. «Public policies against global warming: a supply side approach». *International Tax and Public Finance*, vol. 15, no 4, p. 360-394.
- Sitkin, Alan et Nick Bowen. 2010. *International business: challenges and choices*. New York: Oxford University Press, USA, xxi, 426 p.
- Stanton, Patricia et John Stanton. 2002. «Corporate annual reports: research perspectives used». *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol. 15, no 4, p. 478-500. In *International Bibliography of the Social Sciences (IBSS)*.
- Stanwick, Peter A. et Sarah D. Stanwick. 1998. «The Relationship between Corporate Social Performance, and Organizational Size, Financial Performance, and Environmental Performance: An Empirical Examination». *Journal of Business Ethics*, vol. 17, no 2, p. 195-204.
- Sustainable Prosperity. 2012. *British Columbia's Carbon Tax Shift: The First Four Years*. Ottawa: University of Ottawa 17 p.
- Sumner, Jenny, Lori Bird et Hillary Dobos. 2011. «Carbon taxes: a review of experience and policy design considerations». *Climate Policy*, vol. 11, no 2, p. 922-943.
- Tenenhaus, Michel. 1996. *Méthodes statistiques en gestion*. Paris: Dunod, ix, 373 p.
- The Environics Institute. 2012. *Focus Canada 2012 Climate change: Do Canadians still care?*, 4 p.
- Tindale, Stephen et Chris Hewett. 1999. «Must the poor pay more? Sustainable development, social justice and environmental taxation». In *Fairness and Futurity: Essays on Environmental Sustainability and Social Justice*, Andrew Dobson, p. 233-248. Oxford: Oxford Scholarship Online.
- Tinker, Tony et Marilyn Neimark. 1987. «The role of annual reports in gender and class contradictions at general motors: 1917-1976». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 12, no 1, p. 71-88.
- Turner, P. 1993. *Max Weber: From History to Modernity*: Taylor & Francis 288 p.
- UQAM Développement durable. 2012. «Définition du développement durable». En ligne. <<http://www.developpement-durable.uqam.ca/pratiques-institutionnelles/definition-du-developpement-durable.html>>. Consulté le 4 décembre 2012.
- Van de Velde, Eveline, Wim Vermeir et Filip Corten. 2005. «Corporate social responsibility and financial performance». *Corporate Governance*, vol. 5, no 3, p. 129 - 138.

- Wang, Xin, Ji Feng Li et Ya Xiong Zhang. 2011. «An analysis on the short-term sectoral competitiveness impact of carbon tax in China». *Energy Policy*, vol. 39, no 7, p. 4144-4152.
- Weart, Spencer R. 2008. *The discovery of global warming*, Rev. and expanded. Coll. «New histories of science, technology, and medicine». Cambridge, Mass.: Harvard University Press, x, 230 p.
- Weber, Max. 1971. *Économie et société*. Coll. «Recherches en sciences humaines 27». Paris: Plon, 411 p.
- Westell, Jan. 2008. «BC's carbon tax meets heavy criticism from many in the trucking industry». *Motor Truck* (Don Hills), Mars/Avril 2008, p. 24, 26.
- Wiseman, Joanne. 1982. «An evaluation of environmental disclosures made in corporate annual reports». *Accounting, Organizations and Society*, vol. 7, no 1, p. 53-63.
- Zelditch, Morris. 2001. «Processes of Legitimation: Recent Developments and New Directions». *Social Psychology Quarterly*, vol. 64, no 1, p. 4-17.